



***CLUSTER* TEMPORÁRIO VS *CLUSTER* PERMANENTE: UMA  
APLICAÇÃO AO QUARTEIRÃO DAS ARTES DA RUA MIGUEL  
BOMBARDA**

por

Suzi Nádía Nascimento Ladeira

Dissertação de Mestrado em Economia e Gestão das Cidades

Orientada por:

Dr. Luís Carvalho

2012

## **Nota Biográfica**

Suzi Nádia Nascimento Ladeira é natural de Viseu, onde nasceu a 22 de Abril de 1985. Completou a licenciatura em Economia na Faculdade de Economia do Porto no ano de 2010 tendo, nesse mesmo ano, continuado a apostar na valorização das suas competências pessoais e profissionais ao ingressar no Mestrado em Economia e Gestão das Cidades.

## **Agradecimentos**

A elaboração desta dissertação só foi possível com o contributo de diversas pessoas, às quais expresso o meu sincero agradecimento.

Em primeiro lugar, agradeço ao Professor Luís Carvalho por toda a sua prontidão, por todos os seus valiosos conselhos e orientação.

Agradeço ao Zé e aos meus amigos, Susana, Caty, Filipa, Carla, Costa, Lynda e Sandra, pelo apoio e pela ajuda na implementação dos inquéritos, sem eles seria impossível a realização desta tarefa.

Gostaria ainda de deixar o meu profundo agradecimento a todas as galerias presentes no Quarteirão das Artes da Rua Miguel Bombarda, em especial às que se mostraram disponíveis para entrevista.

Por fim, deixo uma palavra especial aos meus Pais, por me terem apoiado e encorajado a ingressar no Mestrado.

## **Abstract**

Cultural activities and events have assumed an important role in the revitalization and dynamization of cities. The concentration of art galleries in the Neighborhood of the Arts at Miguel Bombarda Street (QARMB), although apparently it has been a spontaneous process, it is indeed an example of how culture and art revitalize an area of town with low activity until then. The agglomeration of art galleries in QARMB is a relatively recent phenomenon in the city of Porto, and is therefore considered an effective cluster of arts. This cluster is associated to another cluster, and although the latter has a temporary character, the event Simultaneous Inaugurations due to its knowledge exchange and network creation characteristics, can be considered a temporary cluster (Bastos et al., 2009).

Therefore the aim of this study is to understand how the factors and mechanisms of agglomeration work each of the clusters (permanent and temporary) and what implications exist between them (complementary, substitutes, disadvantageous). Through a combination of interviews to galleries owners and surveys to visitors of the event Simultaneous Inaugurations the present study highlights some of the details of how these two coexist and work.

The results obtained indicate the existence of some conflicts between the event Simultaneous Inaugurations and some of the galleries that don't have a favorable opinion about the event. However, the majority of the gallery owners interviewed said that they see advantages in the event continuity, as it attracts more visitors to the neighborhood of the Arts. The artists and gallery owners interviewed at the event have revealed that the event was important to their professional activity, in particular so they could be aware of new trends and for the creation of networks.

*Key Words:* permanent clusters; temporary clusters; creative industries; art galleries

## Resumo

As atividades e os eventos culturais têm assumido um papel preponderante na revitalização e na dinamização das cidades. A concentração de galerias de arte no Quarteirão das Artes da Rua Miguel Bombarda (QARMB), apesar de ter sido um processo aparentemente espontâneo, é um exemplo de como a cultura e arte reavivam uma zona da cidade até então sem grande atividade. A aglomeração de galerias de arte no QARMB é um fenómeno relativamente recente na cidade do Porto sendo considerado um efetivo *cluster* das artes (Bastos et al., 2009). Ao *cluster* das artes do QARMB está associado um outro *cluster*, e de carácter temporário que é o evento das Inaugurações Simultâneas dadas as suas características no que respeita à troca de conhecimentos e criação de *network* (daí poder ser considerado um *cluster* “temporário”).

Este trabalho tem como objetivo perceber como funcionam os fatores e mecanismos de aglomeração em cada um dos *clusters* (permanente e temporário) e, que implicações existem entre ambos (se são: complementares, substitutos, desvantajosos). Através da combinação de entrevistas a galeristas e de inquéritos a visitantes do evento das Inaugurações Simultâneas, o estudo explora alguns detalhes e mecanismos através dos quais estes dois *clusters* funcionam e coexistem.

Os resultados obtidos indicam a existência de alguns conflitos entre o evento das Inaugurações Simultâneas e algumas galerias que não têm uma opinião favorável acerca do mesmo. Contudo, a maioria dos galeristas entrevistados assume ver vantagens na continuidade do evento, uma vez que atrai mais visitantes ao quarteirão. Os artistas e galeristas inquiridos no evento revelaram que o evento era importante para a sua atividade profissional, nomeadamente para estar a par das novas tendências e para criação de *networks*.

*Palavras-chave:* *clusters* permanentes; *clusters* temporários; indústrias criativas; galerias de arte

## Índice de Conteúdos

Nota Biográfica.....	i
Agradecimentos .....	ii
Abstract.....	iii
Resumo .....	iv
Índice de Conteúdos.....	v
Índice de Figuras.....	vii
Índice de Quadros .....	viii
1    Introdução.....	1
2    Indústrias e <i>clusters</i> criativos: uma breve revisão de literatura.....	6
2.1    Considerações iniciais.....	6
2.2 <i>Clusters</i> permanentes .....	6
2.3 <i>Clusters</i> temporários .....	8
2.4 <i>Clusters</i> permanentes vs <i>clusters</i> temporários? .....	11
2.5    Conceito de indústrias Criativas .....	13
2.5.1    Indústrias Criativas na especificidade das Artes.....	18
2.6    Considerações Finais .....	21
3    Considerações Metodológicas .....	22
3.1    Considerações Iniciais .....	22
3.2    População, amostra e processo de recolha de dados.....	22
4    O evento das Inaugurações Simultâneas e o <i>Cluster</i> Permanente do Quarteirão das Artes da Rua Miguel Bombarda .....	27
4.1    Considerações Iniciais .....	27
4.2    O Quarteirão das Artes da Rua Miguel Bombarda .....	27
4.2.1    O <i>Cluster</i> Permanente .....	27
4.2.2    Evolução do <i>Cluster</i> Temporário/evento das Inaugurações Simultâneas.	29

4.3	Caracterização geral dos inquiridos e percepções sobre o evento das Inaugurações Simultâneas.....	31
4.4	Fatores e mecanismos de aglomeração mais relevantes no <i>cluster</i> permanente e no evento/ <i>cluster</i> temporário .....	36
4.5	Relações entre o <i>cluster</i> permanente do QARMB e evento/ <i>cluster</i> temporário das Inaugurações Simultâneas.....	42
4.6	Considerações Finais .....	47
5	Conclusões.....	49
	Referências.....	52
	Anexos .....	57
	Anexo I - Inquérito aos visitantes do evento das inaugurações simultâneas do Quarteirão das Artes da rua Miguel Bombarda .....	57
	Anexo II- Resumo das entrevistas aos galeristas.....	62
	Anexo III - Área de residência dos visitantes do evento das Inaugurações Simultâneas	73

## Índice de Figuras

Figura 2.1: Modelo dos Círculos Concêntricos (David Throsby) .....	15
Figura 3.1. Mapa do Quarteirão das Artes da Rua Miguel Bombarda .....	23
Figura 4.1 QARMB no seu dia-a-dia e em dia de evento.....	29
Figura 4.2 Evolução de Evento das Inaugurações Simultâneas.....	31
Figura 4.3: Importância do evento das Inaugurações Simultâneas para a atividade de artistas e galeristas .....	39
Figura 4.4: Grau de preferências dos visitantes do Quarteirão das Artes da RMB .....	43
Figura 4.5: Motivos que podem condicionar visita ao Quarteirão das Artes da RMB ...	44
Figura 4.6: Relações entre o QARMB e o evento das Inaugurações Simultâneas .....	47



## Índice de Quadros

Quadro 2.1: Fatores e Mecanismos de Aglomeração .....	13
Quadro 2.2: Sectores Criativos integrados nas diferentes definições de Indústrias Criativas .....	17
Quadro 3.1: Galerias no Quarteirão das Artes da Rua Miguel Bombarda .....	24
Quadro 3.2 Inquiridos do evento das Inaugurações Simultâneas .....	26
Quadro 4.1: Caracterização dos Inquiridos do evento das Inaugurações Simultâneas...	32
Quadro 4.2: Visita o evento das inaugurações simultâneas do QARMB pela primeira vez.....	33
Quadro 4.3: Assiduidade dos visitantes ao evento das Inaugurações Simultâneas do QARMB.....	33
Quadro 4.4: Visitantes que frequentam o QARMB fora do evento das Inaugurações Simultâneas.....	34
Quadro 4.5: Avaliação do Quarteirão das Artes da RMB .....	35
Quadro 4.6: Razões para visitar o evento das Inaugurações Simultâneas do Quarteirão das Artes da RMB.....	36
Quadro 4.7: Tipo de atividades que desenvolve durante o evento das Inaugurações Simultâneas.....	38
Quadro 4.8: Fatores e mecanismos de aglomeração presentes no <i>cluster</i> temporário e no <i>cluster</i> permanente .....	42
Quadro 4.9: Síntese das respostas às questões de investigação .....	48

## 1 Introdução

Atualmente assiste-se à necessidade das cidades se afirmarem, quer ao nível nacional, como ao nível internacional, e reflexo disso são alterações que temos observado ao nível de uma grande revitalização dos seus centros. As cidades, através do reconhecimento externo, conseguem atrair visitantes e, por conseguinte, dinamizar a sua economia. Cada vez mais, atividades ligadas à cultura e à arte têm assumido um papel relevante nesta tentativa de atração de público.

A economia do conhecimento alterou as cidades ocidentais pós-industriais em lugares marcados pelo declínio industrial, que agora se vêm substituídas pelo encanto estético e intelectual das cidades Europeias pré-industriais para sustentar e estimular a cultura e inovação (Amin & Thrift, 2002). Os centros das cidades estão novamente a tornar-se atraentes para as empresas e para os trabalhadores altamente qualificados, além de que, a produção de bens intangíveis usa pouco espaço, o que favorece os locais urbanos (Russo & Quaglieri, 2010).

No passado, as cidades competiam para atrair empresas, oferecendo condições ideais de produção nomeadamente, terra, mão-de-obra e facilidade de comunicações (Richards & Palmer, 2010). Nos dias de hoje, as economias locais competem entre si pelos recursos culturais e para atrair a classe criativa (artistas, *designers*, escritores, cientistas, jornalistas entre outros), a partir da produção cultural que fomentam, o que ajuda a fornecer as imagens e símbolos que são vitais para o sucesso competitivo. Neste sentido, Zukin (2004, p. 3) refere que a cultura tem assumido um papel de instrumento de política nas cidades, devido à riqueza que é criada a partir de atividades culturais, artesanato, museus, exposições, desporto e *design* criativo. Sendo que esta recente abordagem à cultura molda cada vez mais as estratégias das cidades. Exemplo disso é o caso da cidade do Porto, mais concretamente o da Rua Miguel Bombarda (que possui uma elevada concentração de galerias de arte), e que tem assistido ao seu reconhecimento a nível internacional, sendo notícia em diversos sítios da internet, revistas e jornais sobre turismo (e.g. Traveler<sup>1</sup>, European Consumers Choice<sup>2</sup> e The

---

<sup>1</sup> (Traveler, 2012).

<sup>2</sup> (European Consumers Choice, 2012)

New York Times<sup>3</sup>). A cidade do Porto é um exemplo de uma cidade em fase de transição, com uma forte dinâmica recente de renascimento de algumas zonas urbanas degradadas e que foram tomadas para atividades criativas. De facto, a grande concentração de galerias de arte e lojas com diversos produtos de nicho presentes na rua, são um fator de atração tanto para visitantes como para empresários da área das indústrias criativas.

A produção cultural tornou-se um elemento importante das economias urbanas e do consumo, os eventos culturais podem dominar tanto a imagem dos locais como a vida urbana em geral. O prestígio de um lugar não surge apenas da existência de obras grandiosas, mas também através do incentivo e da criação de uma atmosfera “agitada/animada”.

Zukin (2004, p. 13) define cidade criativa como aquela que aprendeu a usar o seu capital cultural (“conjunto de recursos, competências e apetências disponíveis e mobilizáveis em matéria de cultura dominante ou legítima”<sup>4</sup>) para atrair empresas e serviços inovadores, bem como membros da classe criativa. Para nutrir a criatividade uma cidade deve ter atitude, deve valorizar a diversidade racial e deve ter um desejo impaciente por coisas novas, valorizando o velho, o que já existe (Zukin, 2004).

A diversidade das populações urbanas é um aspeto cada vez mais enfatizado como sendo um recurso criativo para o desenvolvimento cultural, social e económico. Scott (2000) mostra que nas indústrias criativas (e.g. televisão, cinema, música, artes visuais e performativas e design) a aglomeração e a concentração, em determinado local, são determinantes importantes para o sucesso económico das cidades. As indústrias criativas, nomeadamente as galerias de arte, tendem a concentrar-se, formando assim, verdadeiros *clusters* de criatividade. O conceito de *clusters* está ligado não apenas à concentração geográfica de determinada atividade mas também às possíveis sinergias decorrentes dessa proximidade (e.g. serviços de suporte, infraestruturas comuns, troca de conhecimentos, acesso a mão-de-obra qualificada).

---

<sup>3</sup> The New York Times (2011); The New York Times (2012).

<sup>4</sup> Conceito de capital cultural desenvolvido por Pierre Bourdieu e disponível em: [http://www.infopedia.pt/\\$capital-cultural](http://www.infopedia.pt/$capital-cultural).

No centro da crescente relevância da criatividade e da cultura para as cidades está o acolhimento e a promoção de eventos, que têm trazido vida aos centros das cidades, movimentando um elevado número de pessoas (nacionais e internacionais). A criação de eventos adiciona uma componente intangível à cultura física da cidade, Pine e Gilmore (1999) argumentam que os consumidores procuram cada vez mais experiências, além de serviços. Os serviços são caracterizados por reprodutibilidade fácil, ao invés das experiências que são únicas e exigem uma interação do consumidor e do produtor.

Deste modo, os eventos culturais surgiram como um meio de melhorar a imagem das cidades, acrescentando vida às suas ruas e dando aos seus cidadãos o orgulho renovado na sua cidade. Tanto a “alta cultura” como a “cultura popular” tornaram-se fontes importantes para a imagem de marca das cidades (Kearns & Philo, 1993). Neste contexto, os eventos culturais estão a aumentar a sua importância como *drivers* para o desenvolvimento económico, a nível global e local, apoiados em grandes investimentos públicos e privados. Esta economia de eventos combina várias indústrias e sectores, força novas relações entre empresas, Estados e instituições e altera processos de transferência de conhecimentos. Weller (2008) refere que os eventos permitem ultrapassar o local, a complementaridade, a interação social, os ciclos virtuosos de inovação, a redução de custos de transação e, a promoção da concentração de elevado valor cultural em locais centrais.

O presente trabalho tem como principal objetivo explorar a importância que os eventos poderão ter ao nível da criação de conhecimentos, de estabelecimento de novas relações de negócio e de que forma esses eventos são vantajosos e/ou desvantajosos para as empresas que nele participam. Assim, este trabalho será desenvolvido tendo como base o caso do *cluster* das galerias de arte no Quarteirão das Artes da Rua Miguel Bombarda (doravante QARMB), também denominado Bairro das Artes, situado no centro da cidade do Porto. Neste estudo serão realçadas as características de aglomeração presentes neste Quarteirão das Artes e a sua relação com um evento concreto – o das Inaugurações Simultâneas. Este estudo complementa um estudo anterior<sup>5</sup> que se focou

---

<sup>5</sup> Empreendedorismo nas artes ou artes do empreendedorismo? Um estudo empírico do ‘cluster’ da Rua Miguel Bombarda. (Bastos et al., 2009)

sobretudo na emergência do *cluster* permanente, o Quarteirão das Artes da Rua Miguel Bombarda.

Sendo que existe pouca literatura sobre *clusters* temporários, Maskell, Bathelt, Malmberg e Schuldt são dos poucos autores com contributos literários sobre este tipo de *clusters*, este trabalho pretende adicionar conhecimento a uma área ainda pouco explorada. Estes autores consideram as Feiras internacionais e os eventos como *clusters* temporários, na medida em que neles é possível usufruir das mesmas vantagens de se estar inserido num *cluster* permanente (e.g. acesso a bacias de emprego especializado; facilidade de acesso ao mercado; criação de *networks*; *spillovers* de conhecimento), embora ocorra num espaço de tempo limitado. Os eventos permitem às empresas participar no *buzz* local, isto é, aceder a um fluxo de informações atualizadas e com interesse para os negócios onde se realiza esse evento, favorecendo a compreensão das tendências de mercado e inovações (Storper & Venables, 2004). Contudo, a literatura é ainda mais escassa quando pretendemos perceber qual a articulação entre *clusters* temporários e *clusters* permanentes, e como esta articulação opera num contexto urbano, nomeadamente ao nível de atividades relacionadas com arte e cultura. Este trabalho irá explorar estas possíveis articulações considerando um evento concreto, o das Inaugurações Simultâneas e as suas possíveis implicações no *cluster* permanente, o do QARMB. Pois, o conhecimento sobre a realização de eventos como estratégia de promoção de *clusters* é praticamente nulo. O Inaugurações Simultâneas é um evento gratuito, organizado pelas galerias que pertencem ao QARMB, em que estas durante o mesmo inauguram exposições de arte. O evento realiza-se 6 vezes por ano aos sábados (4 deles antes e 2 depois do Verão) e tem uma duração de cerca de 4 horas.

Através de um trabalho de campo envolvendo o levantamento de todas as galerias existentes no QARMB e a recolha de informação por via de entrevistas a galeristas e inquéritos aos visitantes do evento das Inaugurações Simultâneas, é objetivo do presente estudo analisar de forma quantitativa e qualitativa as relações existentes entre *clusters* permanentes e eventos/*clusters* temporários e os mecanismos de aglomeração mais relevantes em cada um deles. A análise a estes aspetos ajudará a explorar a forma como os dois *clusters* se articulam. É importante perceber se o evento das Inaugurações Simultâneas ajuda a promover e fortalecer o QARMB e de que forma (e.g. visibilidade

e criação de imagem) e perceber, ainda, se ambos são fontes de acesso a *buzz* e informação ou se um deles terá esse acesso mais facilitado.

Assim, as questões de investigação deste trabalho serão:

Q1. Que mecanismos de aglomeração são mais relevantes em cada um dos *clusters*?

Q2. Que relações existem entre o *cluster* permanente e o evento/*cluster* temporário?

Desta forma, este estudo pretende contribuir com algumas evidências para a compreensão de um fenómeno ainda pouco explorado na literatura - o da articulação entre *clusters* temporários e *clusters* permanentes. Sendo assim, o trabalho encontra-se estruturado da seguinte forma: na Secção 2 é feita uma breve referência à literatura da área, procurando clarificar os conceitos de *clusters* permanentes e temporários envolvendo-os no campo das indústrias criativas, mais especificamente na área das artes; na Secção 3, é referida a metodologia adotada no estudo em causa; na Secção 4, são especificados os resultados do trabalho de investigação; por último, em Conclusões são sintetizados os principais resultados da análise realizada e serão tecidas algumas considerações ao nível de aspetos de políticas urbanísticas.

## **2 Indústrias e *clusters* criativos: uma breve revisão de literatura**

### **2.1 Considerações iniciais**

Na presente secção pretende-se esclarecer os conceitos centrais deste trabalho de investigação, com o recurso a trabalhos de diversos autores. Serão esclarecidos os conceitos de indústrias criativas (debruçando-se o estudo, sobretudo, na área artística, nomeadamente pintura, escultura, fotografia e ilustração), de *clusters* criativos e, de *clusters* temporários e permanentes.

É ainda de referir que, nesta secção, serão deslindados os principais fatores geralmente associados à aglomeração espacial em *clusters* de atividades relacionadas (acesso a bacias de emprego, desenvolvimento de relações *input/output* e troca/*spillovers* de conhecimento e, *buzz*) pois, serão fundamentais para perceber quais destes mecanismos funcionam em cada tipo de *cluster*.

### **2.2 *Clusters* permanentes**

São diversas as formas como as atividades económicas se podem organizar, a organização sob a forma de *clusters* é uma forma de fortalecer a imagem no mercado assim como, aumentar a atratividade. De acordo com Sölvell et al. (2006), a noção de *clusters* está intimamente ligada com a aglomeração de uma área de negócio em determinado local, em que todos os intervenientes se inter-relacionam. Competitividade e inovação são outras características atribuídas aos *clusters*, uma vez que a concentração geográfica de uma atividade permite um conhecimento mais aprofundado das necessidades dos elementos integrantes do aglomerado (Porter, 1998).

Os *clusters*, em geral, são constituídos por empresas de pequena dimensão que veem na aglomeração uma vantagem competitiva ao nível de ganhos e eficiência, comparativamente com empresas semelhantes fora do *cluster* (Schmitz & Musyck, 1994). Argumenta-se ainda, que as empresas têm vantagens em estar localizadas junto de atividades económicas semelhantes e/ou complementares (Maskell et al., 2006). As empresas em geral beneficiam da aglomeração, pois permite-lhes participar no *buzz* local. Este *buzz* local (Storper & Venables, 2004) consiste num fluxo contínuo de

informações atualizadas de interesse específico para a indústria local, juntamente com uma infinidade de interpretações e sugestões informadas sobre como transformar qualquer novo rumo dos acontecimentos em algo comercialmente viável (Maskell et al., 2006). A concentração de oportunidades contínuas para a troca de conhecimento durante encontros frequentes, programados ou imprevistos, favorece uma compreensão comum, emergente das tendências do mercado e os avanços tecnológicos que são continuamente desenvolvidos, através da experimentação local, combinada com ideias próprias.

Neste caso, o *buzz* local não requer investimentos específicos de qualquer solicitação particularmente ativa de empresas do *cluster*, por definição, são rodeadas por uma rede de fofocas, pareceres, opiniões, recomendações, etc. Uma vantagem de fazer parte do *cluster* é o acesso gratuito ao *buzz* local.

Marshall (1920) refere que existem benefícios decorrentes da aglomeração de empresas, mais recentemente, Duranton e Puga (2004) corroboram essa mesma ideia definindo três principais mecanismos responsáveis pelos benefícios da aglomeração de empresas. Em primeiro lugar, as empresas têm acesso a bacias de emprego, tornando mais fácil encontrar mão-de-obra especializada. Em segundo lugar, as empresas podem ter acesso a uma maior variedade e qualidade de *inputs* e de indústrias de apoio, nomeadamente, manutenção especializada, serviços de marketing e *design*. Em terceiro e último lugar, as empresas aglomeradas podem ainda retirar vantagens do maior fluxo de informação e ideias (e.g. troca de conhecimentos tecnológicos, estar informado sobre as tendências recentes e a atividade dos concorrentes). Marshall (1920) considera que as cidades são uma boa localização na medida em que o mercado é maior. Existe uma transferência eficiente de conhecimento entre as empresas através de contactos informais ou através da circulação de mão-de-obra qualificada. Assim, estes *spillovers* de conhecimento contribuem para divulgar boas práticas e facilitar novos produtos e processos.

Desta forma, conclui-se que a proximidade geográfica é um fator determinante nas economias de aglomeração, os benefícios (e.g. acesso a bacias de emprego especializado, acesso a infraestruturas comuns, acesso a informações e troca de ideias, oportunidades de trocas comerciais com outras empresas) que advêm do facto de fazer parte do *cluster* são maiores quanto maior for a dimensão do aglomerado de empresas



semelhantes, contribuindo assim para o desenvolvimento económico ao nível regional e nacional (Turok, 2003).

## **2.3 Clusters temporários**

Scott (1997) reconhece que as cidades sempre tiveram um papel privilegiado como centros de atividades culturais e económicas. Desde as suas origens mais remotas, as cidades têm exibido uma capacidade notável tanto para gerar cultura na forma de arte, ideias, estilos e atitudes, como para induzir altos níveis de inovação e crescimento económico. Hoje uma convergência entre as esferas de desenvolvimento cultural e económico parece estar a ocorrer (Scott, 1997, p. 323). Desta forma, as regiões urbanas estão a dar uma nova vida às comunidades locais por meio das artes e serviços culturais para atrair as pessoas, contrastando com o declínio económico e industrial de algumas regiões, dando assim uma nova imagem à cidade.

Nas últimas décadas, muitas das regiões urbanas têm sectores fortemente orientados para Feiras e mercado de espetáculos (e.g. Milão, Paris, Barcelona e Birmingham), construindo locais especializados para sustentar essas Feiras, espetáculos e os seus possíveis eventos colaterais. As cidades são deste modo uma espécie de “salão de exposições” para as performances e outras atividades artísticas.

É de referir que a definição de Feiras, de acordo com Business Dictionary (2009) in (Castiglioni, 2010), corresponde a uma exposição organizada onde as empresas de um sector específico possam mostrar e demonstrar os seus produtos e serviços mais recentes, e possam analisar os concorrentes e tomar conhecimento das últimas tendências do sector. Estas Feiras em geral são organizadas por privados e, algumas delas são abertas ao público em geral, outras são apenas dirigidas às empresas e imprensa.

Atendendo que o conhecimento pode surgir das mais variadas formas, sendo que, muitas delas são negligenciadas, o contacto direto entre os indivíduos em encontros profissionais internacionais como convenções, conferências e Feiras, são exemplo de trocas de conhecimento cara a cara (Maskell et al., 2006). Sendo assim, as empresas usam as Feiras e convenções internacionais para identificar fronteiras do conhecimento

e selecionar parceiros que podem fornecer acesso a mercados distantes e a *pools* de conhecimento (Maskell et al., 2006). As Feiras são importantes eventos que suportam os processos económicos de aprendizagem interativa e criação de conhecimento. A proximidade geográfica e o cara-a-cara permitem aos diversos intervenientes trocar informações sobre mercado, produto e inovação, assim sendo, as Feiras não são meros instrumentos de marketing para as empresas apresentarem e venderem os seus produtos (Bathelt & Schuldt, 2008).

Maskell et al. (2006), definem *clusters* temporários como *hotspots* de curta duração de troca intensiva de conhecimento, construção de *networks* e criação de ideias. Esta interação de conhecimentos específicos é constituída por um grupo heterogéneo de indivíduos concentrados num local. Sendo assim, os encontros profissionais podem ser vistos como *clusters* temporários pois, exibem alguns dos conhecimentos da criação de mecanismos encontrados nos *clusters* permanentes mas, de forma curta e intensiva.

Bathelt & Schuldt (2008), referem que através da participação regular em eventos como as Feiras, as empresas tornam-se capazes de encontrar parceiros adequados para completar as suas necessidades, seja de produção ou marketing. Os mesmos autores, assim como Maskell et al. (2006) e Power & Jansson (2008), concluem que a comunicação cara-a-cara feita durante os eventos é extremamente importante porque ajuda a estabelecer relações de *network*, *pipelines* trans-locais e a manter e intensificar as relações já estabelecidas.

Da mesma forma, os eventos colaterais às Feiras internacionais também poderão ser vistos como *clusters* temporários, estes são considerados como eventos culturais atípicos, uma vez que são principalmente a expressão da criatividade local, tanto individual como industrial (Castiglioni, 2010). Castiglioni (2010) refere que nas últimas duas décadas as Feiras têm ultrapassado as fronteiras locais, criando eventos colaterais usando como pano de fundo áreas urbanas. Performances artísticas, reutilização de lugares abandonados, exposições e outras atividades semelhantes são realizadas pelos *stakeholders* em áreas específicas da cidade, que, na sua maioria são carentes ou bairros em declínio, com uma forte personalidade e um tecido urbano e arquitetura peculiar (Castiglioni, 2010).

Os eventos colaterais às Feiras dependem do mercado das Feiras, não existiriam sem elas e são baseados na criatividade, arte contemporânea, moda e *design* de objetos. Estes eventos são um fenómeno recente, não distribuído de forma igual pelo mundo inteiro, e referentes, principalmente, às áreas urbanas que estabeleceram uma forte vocação no mercado das Feiras. Desta forma, as Feiras são usadas como catalisador, sendo capazes de atrair pessoas de todo o mundo. Os eventos secundários ou complementares às Feiras são, normalmente de acesso gratuito para os visitantes e, funcionam de forma independente das Feiras, têm os seus próprios padrões. Os visitantes destes eventos colaterais às Feiras poderão ser o público das Feiras ou público ocasional impulsionado pela curiosidade ou pela proximidade geográfica (Castiglioni, 2010).

Milão é um importante exemplo no que diz respeito à realização de Feiras e eventos colaterais a estas, na medida em que concentra um grande número de indústrias criativas num forte ambiente empreendedor. O *Fuori Salone* (criado em 2001, é um prestigiado evento de design de Itália, sendo também uma referência a nível mundial, considerado um palco de excelência para a troca de ideias no universo do design e das artes) é um evento colateral ao evento principal *Furniture and Light Exhibition*. O primeiro foi concebido para sediar atividades ligadas ao evento principal porém, este ocorre num contexto urbano em que “pessoas comuns” podem comemorar as exposições coletivas mesmo que não sejam realmente interessados na área do *design*. A força do *Fuori Salone* tem contribuído para estancar a deterioração e declínio da vizinhança do centro de Milão, assistiu-se a uma conversão de uma zona de grandes indústrias em zonas em que as atividades ligadas às indústrias criativas abundam (e.g. estúdios fotográficos, sociedades de marketing e empresas de arquitetura) – zona de *Tortona* inserida no *Brera Design District* (Castiglioni, 2010).

Power & Jansson (2008), complementam a definição de *cluster* temporário com a definição de *cyclical cluster*, referindo que as Feiras internacionais não devem ser consideradas como um evento isolado, constatando que as empresas têm grande tendência para visitar as mesmas Feiras, ano após ano. Esta participação regular reafirma o que já foi referido acerca de manter e estabelecer novos conhecimentos e *network*.

“Trade fairs offer, at least temporarily, many of the characteristics that attract firms to permanent industrial clusters.” (Power & Jansson, 2008, p. 444)

## **2.4 *Clusters* permanentes vs *clusters* temporários?**

A existência de *clusters* temporários e permanentes torna pertinente a sua comparação, existem algumas diferenças e semelhanças entre estes dois tipos de *clusters*.

As Feiras e convenções, considerados *clusters* temporários, podem ajudar as empresas a adquirir sistematicamente informações sobre tecnologia e outras escolhas estratégicas feitas pelos concorrentes, fornecedores e pelos clientes (Bathelt & Schuldt, 2008). Através da participação nestes eventos, as empresas podem adquirir informações importantes, encontrar parceiros adequados para complementar as suas necessidades e, por vezes, iniciar uma colaboração interempresa de longa duração ao nível da investigação, produção ou comercialização (Maskell et al., 2006).

Maskell et al. (2006), referem que tanto *clusters* temporários como permanentes oferecem às empresas vantagens para a geração e criação de conhecimento. O que seria mais vantajoso para as empresas era ter acesso aos dois *clusters* e não ter apenas a um ou outro. O valor dos conhecimentos adquiridos em *clusters* temporários multiplica-se quando inserido no *buzz* de um *cluster* permanente. Um *cluster* permanente permite dar origem a uma série de novas interpretações e combinações ou experiências, além do que poderia ser alcançado num ambiente temporário num curto período de tempo. O *cluster* permanente fornece uma ampla gama de soluções que as empresas locais podem acompanhar sem grandes custos e que podem combinar com ideias próprias (Maskell et al., 2006). A capacidade de absorção das empresas é limitada tanto nos *clusters* temporários como nos permanentes, sendo que, em ambos os casos o conhecimento tem de ser ajustado para atender às peculiaridades cognitivas e organizacionais das empresas (Maskell et al., 2006).

Maskell et al. (2006), destaca que o novo conhecimento recebido pelas empresas através de *pipelines* ou obtidos por seus representantes em Feiras ou convenções, muitas vezes exige que a estrutura organizacional da empresa seja reconfigurada, pois existem muitos riscos e custos associados a tais mudanças e, desta forma os gestores vão ser muito hesitantes em usar ou aplicar o conhecimento antes que as suas vantagens sejam claras.

Desta forma, outras empresas tirarão partido deste novo conhecimento. Ao imitar soluções desenvolvidas em locais mais distantes, é exigida a transferência de todo o conhecimento relevante através do espaço. Neste processo, os detalhes importantes podem ser facilmente perdidos, o que não acontece quando a fonte de conhecimento está localizada perto.

Desta forma, as empresas do *cluster* estão em vantagem relativamente à interpretação do conhecimento, isto porque as outras empresas do *cluster* lutam em simultâneo para juntar as peças em falta. Quando uma empresa é bem-sucedida, esse conhecimento é replicado por concorrentes, ou seja, as empresas beneficiam do facto de pertencerem ao *cluster*.

*Clusters* temporários e permanentes são como uns “parentes próximos”, ambos podem ser equipados com diferentes qualidades mas, as suas semelhanças não podem ser negadas (Maskell et al., 2006), ambos estão no mesmo jogo do conhecimento e tornaram-se fenómenos importantes. A importância do reconhecimento do conhecimento potencia a existência de *clusters* temporários e permanentes.

**Quadro 2.1:** Fatores e Mecanismos de Aglomeração

Acesso a bacias de emprego	Acesso ao mercado (fornecedores especializados e clientes)	Spillovers de conhecimento
<p>O aumento de especialização e divisão do trabalho potenciam a existência de economias de escala. As empresas inseridas no <i>cluster</i> podem possibilitar menores custos e melhor qualidade nos serviços prestados. (Arndt &amp; Sternberg, 2000).</p> <p>As empresas têm a percepção de que podem beneficiar da existência de trabalhadores qualificados. (Armstrong &amp; Taylor, 2000)</p>	<p>As empresas inseridas num <i>cluster</i> conseguem ter uma maior percepção das lacunas existentes em serviços e produtos que poderão resultar em boas oportunidades de negócios (Porter, 1998).</p> <p>Os elementos do <i>cluster</i> têm acesso a serviços de suporte, sendo estes um importante fator de vantagem competitiva (Porter, 1990).</p> <p>As empresas organizadas em <i>clusters</i> podem usufruir de infraestruturas comuns, criando um forte incentivo ao investimento público (desenvolvimento de estradas, portos, comboios de alta velocidade, etc.). (Porter, 1990)</p> <p>As empresas pertencentes a um <i>cluster</i> que se localizam numa região que faz parte de um grande mercado (acesso facilitado a fornecedores especializados e clientes) ganham uma vantagem competitiva relativamente aos concorrentes que carecem dessa característica (Gray &amp; Dunning, 2000).</p>	<p>Rivalidade, observação, comparação e imitação são elementos importantes no desenvolvimento de <i>clusters</i> (Isaksen, 2004).</p> <p>A proximidade de empresas facilita a troca de conhecimentos entre empresas. Conhecimentos e competências passam de pessoa para pessoa ao longo do tempo (conhecimento tácito) e isso é melhor conseguido quando as empresas estão concentradas (Rutten &amp; Boekema, 2004). Os processos baseados em métodos tentativa erro que não são possíveis codificar, os contactos informais e a importância do contacto cara-a-cara são aspetos a destacar da organização sob a forma de <i>clusters</i> (Van den Berg et al., 2005; Frenken &amp; Van Oort, 2004).</p> <p>Importância da estreita ligação entre inovação e rivalidade entre empresas próximas geograficamente, incentiva as empresas a serem mais dinâmicas e competitivas e, portanto, mais inovadoras, pois estão permanentemente sob pressão (Porter, 1990)</p>

Fonte: Elaboração própria

## 2.5 Conceito de indústrias Criativas

Existem diversas definições de indústrias criativas. De acordo com Kim (2007), estas centram-se fundamentalmente no valor da arte e da cultura e como estas podem estimular a economia, englobando uma variedade de atividades desde a arte, *design*, arquitetura, música, cinema e *mass media* (Miller, 2009; Power, 2002).

As principais componentes da economia criativa são, de acordo com Kim (2007), a cultura e a arte, estas constituem em grande medida, um contributo para qualidade e competitividade dos centros urbanos na medida em que os revitaliza e, ao mesmo tempo concentra uma multiplicidade de talentos, permitindo que o centro detenha uma posição

mais fortalecida e com maior riqueza, sendo que um elemento fundamental para um espaço criativo é a diversidade.

De acordo com *Department of Culture, Media and Sports* (DCMS, 1998), as indústrias criativas correspondem às atividades que têm a sua origem na criatividade individual, habilidade e talento e com potencial de criação de emprego e riqueza, através da geração e exploração da propriedade intelectual. Desta forma, as indústrias criativas são baseadas em indivíduos com criatividade, juntamente com gestores de recursos económicos e tecnológicos, produzindo produtos cujo valor económico advém das propriedades culturais ou intelectuais. Sendo assim, as indústrias criativas são uma agregação complexa de sectores e subsectores criativos e industriais, onde as suas fronteiras são difíceis de limitar (Tom Fleming Creative Consultancy et al., 2008).

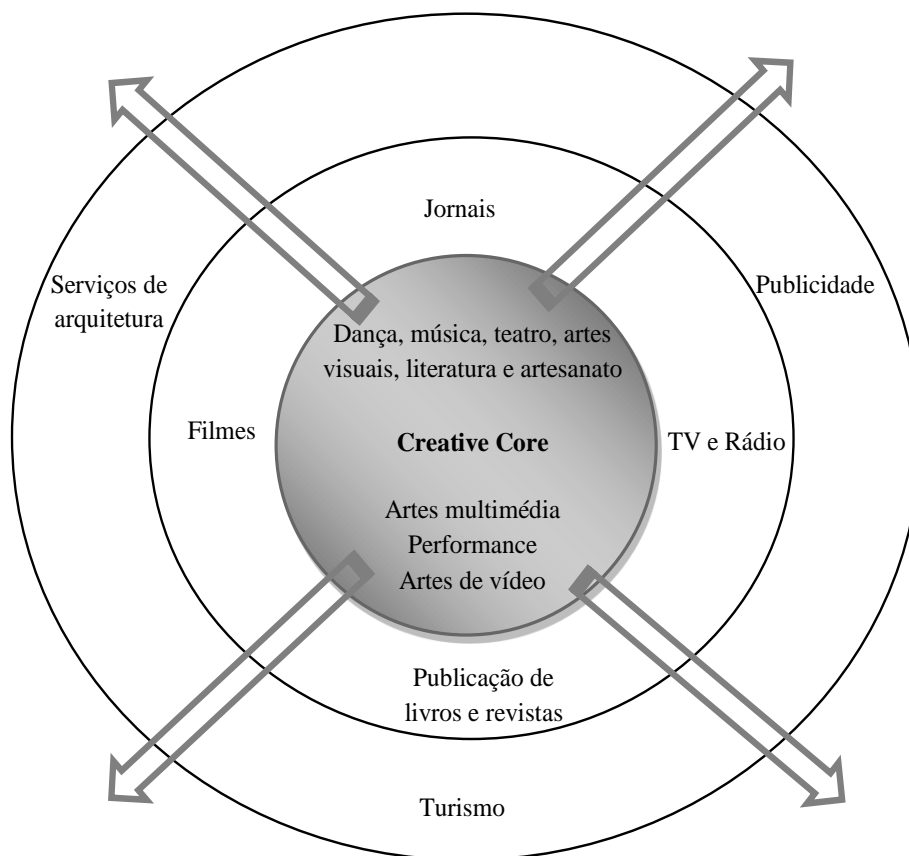
Diversos modelos têm sido desenvolvidos, alguns tentando completar a abordagem da DCMS e, outros como uma alternativa a esta. Um desses modelos é o *symbolic texts model*<sup>1</sup>, em que o conceito de indústrias criativas é baseado nas atividades ligadas com a produção industrial e divulgação de textos simbólicos.

O *concentric circles model*<sup>2</sup>, define indústrias criativas baseado na origem e difusão de ideias criativas em som, texto e imagem a partir do *core* de artes criativas (Figura 2.1).

---

<sup>1</sup> David Hesmondhalgh, *The Cultural Industries*, London: Sage, 2002 in Tom Fleming Creative Consultancy et al., 2008.

<sup>2</sup> David Throsby, *Economics and Culture*, Cambridge: Cambridge University Press, 2001 in Tom Fleming Creative Consultancy et al., 2008.



**Figura 2.1:** Modelo dos Círculos Concêntricos (David Throsby)

Fonte: Tom Fleming Creative Consultancy et al., 2008

O *World Intellectual Property Organisation (WIPO) copyright model*<sup>3</sup>, é baseado em indústrias ligadas à criação, fabrico, produção difusão e distribuição de obras suscetíveis de direitos de autor, quer seja de forma direta ou indireta.

Por sua vez, o *UNESCO Institute for Statistics (UIS) trade-related model*<sup>4</sup>, é apoiado essencialmente na presença dos bens e serviços culturais no comércio internacional.

Por último, o *Americans for the Arts model*<sup>5</sup>, é baseado em negócios relacionados com a produção e distribuição de bens artísticos.

No Quadro 2.2 podem observar-se os modelos anteriormente referidos.

<sup>3</sup> World Intellectual Property Organisation, Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-based Industries, Geneva: WIPO, 2003 in Tom Fleming Creative Consultancy et al., 2008.

<sup>4</sup> UNESCO Institute for Statistics, International Flows of Selected Cultural Goods and Services 1994–2003: Defining and Capturing the Flows of Global Cultural Trade, Montreal: UIS, 2005 in Tom Fleming Creative Consultancy et al., 2008.

<sup>5</sup> Americans for the Arts, Creative Industries 2005: The Congressional Report, Washington DC: Americans for the Arts, 2005 in Tom Fleming Creative Consultancy et al., 2008.



Assim sendo, no contexto deste trabalho, entende-se indústrias criativas como negócios, neste caso, galerias de arte, relacionados com a distribuição de bens artísticos, sejam escultura, pintura, fotografia, entre outros.

**Quadro 2.2:** Sectores Criativos integrados nas diferentes definições de Indústrias Criativas

DCMS	Symbolic Texts Model	Concentric Circles Model	WIPO Copyright Model	UIS Trade-related model	Americans for the arts model
- Publicidade	<b>Indústrias Core Cultural</b>	<b>Núcleo das Artes Criativas</b>	<b>Indústrias Core Copyright</b>	<b>Serviços e produtos core cultural</b>	- Publicidade
- Arquitetura	- Publicidade	- Literatura	- Publicidade e publicação		- Arquitetura
- Artes e Antiguidades	- Filmes	- Música	- Sociedades de direitos de autor	- Audiovisual	- Escolas e serviços de artes
- Artesanato	- Internet	- Artes performativas	- Filmes, vídeo e música	- Livros	- <i>Design</i>
- <i>Design</i>	- Música	- Artes plásticas	- Artes performativas	- Direitos de autor	- Filmes
- Moda	- Publicação	<b>Outras Indústrias core cultural</b>	- <i>Software</i>	- Património	- Museus, jardins zoológicos
- Filmes e Vídeo	- Televisão e rádio	<b>cultural</b>	- Televisão e rádio	- Jornais, periódicos	- Música
- Música	- Vídeo e jogos computador	- Filmes	- Artes plásticas e gráficas	- Gravações	- Artes performativas
- Artes performativas	<b>Indústrias Culturais periféricas</b>	- Museus e bibliotecas	<b>Indústrias Interdependent Copyright</b>	- Jogos de vídeo	
- Publicação		<b>Indústrias culturais mais abrangentes</b>	- Material de gravação	- Artes plásticas	
		- Serviços de património	- Eletrónica de consumo	<b>Serviços e produtos culturais relacionados</b>	
		- Publicação	- Instrumentos musicais	- Publicidade	
		- Gravação sonora	- Papel, Fotocopiadoras e equipamento fotográfico		
			<b>Indústrias Partial Copyright</b>		
			- Arquitetura		
			- Vestuário e calçado, moda		
			- <i>Design</i>		
			- Bens de consumo		
			- Brinquedos		

Fonte: Modelling The Creative/Cultural Industries - Throsby, David (Macquarie University) in Tom Fleming Creative Consultancy et al. 2008 p.21.

### 2.5.1 Indústrias Criativas na especificidade das Artes

Uma das características das atividades das indústrias criativas é que tendem a se concentrar no espaço, nomeadamente em cidades de dimensão metropolitana (onde existe maior mercado), no contexto do presente trabalho veremos a concentração de galerias de arte numa zona do centro da cidade do Porto.

Antes de caracterizar o funcionamento do mercado de arte em geral e das galerias em específico, importa definir o que se entende por *clusters* criativos para perceber quais as eventuais vantagens da concentração destas atividades criativas.

*“Creative clusters are places to live as well as to work, places where cultural products are consumed as well as made. They are open round the clock, for work and play. They feed on diversity and change and so thrive in busy, multicultural urban settings that have their own local distinctiveness but are also connected to the world.”* (Evans, 2005)

Um *cluster* criativo, de acordo com a UNESCO (2008), pode envolver empresas sem fins lucrativos, organizações culturais, artes locais e artistas individuais, sustentando-se de diversidade e transformação, desenvolvendo-se em ambientes multiculturais que detêm o seu próprio local e, que ao mesmo tempo, estão ligados ao mundo.

As indústrias criativas organizadas sob a forma de *cluster*, podem ser um poderoso instrumento de promoção do crescimento, do desenvolvimento e da dinamização da economia, criando assim algumas externalidades, nomeadamente, a atração turística, a geração de emprego e, receitas advindas do consumo local, favorecendo assim as empresas locais.

Alguns aspetos peculiares relacionados com a organização industrial ligada à arte são explorados por Caves (2000), designadamente, a complexidade de prever as reações dos consumidores relativamente a um novo produto, o caso dos trabalhadores destas indústrias estarem mais voltados nos resultados do trabalho final do que para gratificação que obterá, a eventualidade de *inputs* iguais produzirem diferentes resultados, o facto de arte poder ser expressa de múltiplas formas, a relevância e necessidade de coordenação entre produção e distribuição à semelhança dos demais sectores.

Como já foi referido, o presente trabalho foca-se na indústria das artes, mais especificamente nas galerias de arte. Desta forma torna-se imperativo caracterizar e dar a conhecer, brevemente, como funciona o mercado das artes em geral e, a atividade das galerias de arte em particular.

### **Caracterização do sector das artes**

A obra de arte representa, desde há muito uma forma segura de investimento (reserva de valor), tornando-se assim uma forma de rentabilização financeira, tanto para os artistas como para galeristas e colecionadores.

O mercado de arte tornou-se global após a segunda Guerra Mundial, com os EUA a ganhar cada vez mais importância e, a tornar-se líder neste mercado. Hoje em dia, outras regiões estão a ganhar impulso, nomeadamente, o *hub* Hong-Kong. Relativamente à Europa, o mercado de arte ainda está em fase de crescimento, porém a um ritmo mais lento que o dos EUA (Economy of Culture in Europe (ECE), 2006). Na Europa os países que mais se destacam no mercado de arte são, em primeiro lugar o Reino Unido, seguido da França, da Alemanha, da Itália e da Suécia.

A ECE (2006) refere que o mercado de arte envolve diferentes categorias de intervenientes:

- i) Os artistas (pintores, escultores, artistas gráficos, ilustradores, etc.);
- ii) Os distribuidores comerciais (vendem peças originais da obra ao público - negociantes de arte e casas de leilão);
- iii) Os distribuidores não comerciais (exploração da obra original/apresentação ao público).

A mesma fonte refere ainda que, o aparecimento de casas de leilão nos últimos 50 anos e o desenvolvimento de eventos especializados no sector de arte são as duas grandes tendências a ser destacadas para entender a evolução da estrutura do mercado de arte. As casas de leilão ganharam muita importância devido às suas estratégias de preço, à experiência e profissionalismo, à capacidade de fornecer aos clientes assessoria jurídica adequada, às estratégias de comunicação e habilidade para criar uma tendência de forma a ganhar a preferência do público (ECE, 2006). Em Nova Iorque e em Londres estão

sediadas as mais importantes casas de leilão e são essas que promovem os principais leilões no decorrer dos quais as obras de artistas importantes atingem quantias avultadas, o que as torna ainda mais valiosas e desejadas.

As feiras de arte são uma forma de as galerias de arte, assim como revendedores, funcionarem a uma escala global. Estas feiras constituem reuniões anuais de entendidos de arte de todo o mundo, podendo surgir a oportunidade de ganhar acesso a mais mercados e clientes. As feiras especializadas são também consideradas como uma ferramenta de comunicação para qualquer galeria que está disposta a desenvolver uma estratégia ao nível internacional. As cidades europeias estão cheias de galerias de arte de todo o tipo, estas contribuem para a promoção e sustentabilidade de artistas europeus, bem como para a atração de turistas e o desenvolvimento de atividades económicas nas áreas onde estão estabelecidos. No caso da cidade do Porto, o QARMB está repleto de galerias de arte e, por esse motivo atrai visitantes e novos negócios ao quarteirão tornando-o num local único e cheio de diversidade.

O mercado de arte não se limita às obras de artistas já consagrados, sendo incentivado a criação de novas dinâmicas no circuito artístico através da promoção de novos artistas. Existem várias formas de fazer esta promoção de reconhecimento do trabalho dos artistas nomeadamente, através da realização de exposições em espaços conceituados, a participação em concursos desenvolvidos por prestigiadas instituições e, através da participação em feiras de arte. Na maioria das vezes, o percurso do artista necessita do acompanhamento de um crítico ou de um galerista que detenha já algum reconhecimento no meio artístico, de forma a conseguir promover a obra de um novo artista num local de prestígio (Nóbrega , 2009).

As galerias de arte do QARMB representam e trabalham, normalmente, com um número fixo de artistas. A escolha dos artistas é muitas das vezes emocional, sendo o leque de artistas constituído por artistas já consagrados e alguns jovens artistas em que a galeria aposta e acredita no seu talento. No caso das galerias de arte do QARMB, trata-se essencialmente de distribuição de obras de arte (galeristas são intermediários entre os artistas e os compradores), é fundamental para esta atividade o acesso à imprensa especializada e o contacto permanente com museus, colecionadores ou outros compradores de arte.

## 2.6 Considerações Finais

A literatura sobre *clusters* explica a aglomeração (e.g. em bairros, regiões, cidades) em função da presença de três mecanismos essenciais. As empresas e organizações concentram-se perto umas das outras conseguindo obter ganhos de eficiência e competitividade pois, com isso conseguem i) acesso a mercados de trabalho e bacias de emprego especializadas, ii) desenvolvimento de relações mais fluídas entre fornecedores especializados e clientes e iii) acesso a informação e novas ideias específicas para a sua atividade, ainda que de forma informal (e.g. sob a forma de observação, rumores, monitorização de competidores, conhecimento sobre novas tendências).

A literatura sobre eventos enquanto *clusters* temporários sugere que fenómenos semelhantes decorrem durante estes eventos e, que tais fomentam as dinâmicas de *clusters* permanentes (e.g. busca de emprego e contratação, realização de negócios de compra e venda acesso a informações, pela observação de tendências). Todavia, sabemos ainda pouco sobre: i) até que ponto, e de que forma, os dois tipos de *clusters* se complementam, e se eventualmente algum dos mecanismos apontados para a aglomeração é mais relevante num tipo de *cluster* do que outro e ii) como é que tal se processa em *clusters* de base urbana forte, nomeadamente associados às indústrias criativas quando o local do evento temporário se sobrepõe ao do permanente. Sabemos ainda menos sobre estas relações no contexto de eventos relacionados com arte e *clusters* de galerias de arte.

Desta forma, pretende-se dar resposta: Q1. Que mecanismos de aglomeração são mais relevantes em cada um dos *clusters*?; Q2. Que relações existem entre *clusters* permanentes e eventos/*clusters* temporários? A Q1. Pretende saber se o acesso a bacias de emprego, acesso ao mercado (clientes e fornecedores especializados), troca de conhecimentos e criação de *networks*, são fatores e mecanismos de aglomeração presentes no evento das Inaugurações Simultâneas e qual a intensidade da sua presença, assim como no QARMB. A Q2. Pretende avaliar a complementaridade do evento das Inaugurações Simultâneas no QARMB, tendo em conta as vantagens e/ou desvantagens decorrentes da sua existência.

### **3 Considerações Metodológicas**

#### **3.1 Considerações Iniciais**

O objetivo da presente secção é identificar a metodologia adotada ao longo do trabalho de investigação. De forma a captar e conhecer as dinâmicas inerentes às inaugurações simultâneas, às atividades dos seus visitantes e, ao *cluster* permanente do Quarteirão das Artes da rua Miguel Bombarda, recorreu-se à implementação de inquéritos presenciais aos visitantes do referido evento. Através de entrevistas semiestruturadas aos galeristas presentes no Quarteirão das Artes da rua Miguel Bombarda pretende-se capturar e aprofundar qualitativamente as dinâmicas do evento e as dinâmicas do QARMB. Pretende-se, desta forma, perceber qual a importância do evento das inaugurações simultâneas no desenvolvimento do *cluster* de galerias (pretende-se perceber se existe alguma complementaridade entre o evento/*cluster* temporário e o *cluster* permanente).

A utilização destas duas ferramentas é complementar, uma vez através dos inquéritos é possível recolher um maior número de opiniões sobre o evento das Inaugurações Simultâneas e sobre o QARMB e, com as entrevistas semiestruturadas é possível obter aspetos mais específicos acerca de organização e funcionamento do evento, aspetos estes que a maioria dos visitantes desconhece. As entrevistas aos galeristas enriquecem o conhecimento sobre o local, sobre a atividade das galerias e sobre o relacionamento com outras galerias.

Sendo assim, nesta secção será apresentada a população e a amostra considerada no presente trabalho de investigação.

#### **3.2 População, amostra e processo de recolha de dados**

O Quarteirão das Artes da rua Miguel Bombarda considerado neste trabalho de investigação é constituído pela rua de Miguel Bombarda, pela rua do Rosário, pela rua de Adolfo Casais Monteiro, pela rua da Boa Nova e pela rua de Dom Manuel II (Figura 3.1). Esta delimitação foi feita tendo em conta a presença de pelo menos uma galeria de arte em cada uma das mencionadas ruas (Quadro 3.1).



**Figura 3.1.** Mapa do Quarteirão das Artes da Rua Miguel Bombarda

*Fonte:* Google Maps com alterações próprias

Tal como referido ao longo do trabalho de investigação são usadas fundamentalmente duas ferramentas para a recolha de informação: inquéritos aos visitantes do evento das inaugurações simultâneas e entrevistas pessoais a galeristas.

Desta forma, a população-alvo é constituída por 19 galerias (ver Quadro 3.1) e pelos visitantes do evento de inaugurações simultâneas realizado no dia 9 de Junho de 2012.

O levantamento do número de galerias presentes no QARMB foi feito por observação presencial. Neste levantamento constam todos estabelecimentos em que o seu principal negócio é a arte (pintura, escultura, desenho, fotografia, joalharia e ilustração).



**Quadro 3.1: Galerias no Quarteirão das Artes da Rua Miguel Bombarda**

	Galeria de Arte Metamorfose
<b>Rua Dom Manuel II</b>	Galeria de Arte 111 Galeria de Arte São Mamede
<b>Rua da Boa Nova</b>	Contacto de Autor Galeria Escola de Joalheria Galeria de Arte Trindade Galeria de Arte AP' Arte Galeria de Arte João Lagoa Galeria de Arte Nuno Centeno Galeria de Arte Espaço Quadras Soltas Galeria de Arte Quadrado Azul (existem duas na rua)
<b>Rua de Miguel Bombarda</b>	Galeria de Arte Presença Galeria de Arte Serpente Galeria de Arte Por Amor à Arte Vantag Galeria foto editor Galeria de Arte Fernando Santos Galeria de Arte Símbolo Galeria de Arte Contemporânea e Antiguidades Ó Galeria (galeria de ilustração)
<b>Rua do Rosário</b>	Galeria de Arte Solar Sto. António
<b>Rua Adolfo Casais Monteiro</b>	Galeria de Arte Fernando Santos (também na RMB)

*Fonte:* Elaboração própria

O inquérito<sup>1</sup> ministrado aos visitantes é composto por 4 secções:

- A primeira permite conhecer a assiduidade dos visitantes ao evento assim como os motivos que o levam a frequentar o mesmo e, que atividades costuma/pretende desenvolver no seu decorrer;
- A segunda destina-se à identificação de visitantes que sejam artistas e/ou galleristas (identificando a área das artes ou onde se situa a galeria e, perceber de que forma o evento das Inaugurações Simultâneas é importante para as suas atividades);
- A terceira pretende conhecer quais os visitantes do evento que frequentam, também, o Quarteirão nos dias “habituais”, pretende-se ainda, nesta secção, identificar o que os visitantes mais gostam no Quarteirão, que motivos poderão condicionar a frequência assídua a este e como o avaliam, quer nos dias de evento quer nos dias habituais;
- Por último, a quarta parte destina-se à caracterização do inquirido.

<sup>1</sup> No anexo I é apresentado o inquérito ministrado aos visitantes do evento das Inaugurações Simultâneas.

O inquérito destinado aos visitantes do evento das inaugurações simultâneas foi implementado no evento realizado no dia 9 de Junho de 2012, das 14h às 19h. Devido à existência de apenas 6 eventos por ano e às limitações em termos de tempo, tornou-se impossível a realização de inquéritos em mais do que um evento de Inaugurações Simultâneas. O dia do evento contou com condições climatéricas adversas (muita chuva e a quase inexistência de zonas cobertas), o que tornou difícil a obtenção de respostas por parte dos visitantes. Apesar da tentativa de realização de inquéritos no interior das galerias junto aos galeristas, apenas a Galeria 111 se mostrou disponível a colaborar, permitindo assim obter mais algumas respostas.

A opção da realização de inquéritos presenciais deveu-se à tentativa obter uma amostra mais diversificada pois, a opção de inquéritos *online* provavelmente não representaria os visitantes do Evento das Inaugurações Simultâneas nas diferentes faixas etárias e nos diferentes grupos (artistas, galeristas, compradores e outros visitantes).

Desta forma, a amostra (ver Quadro 3.2) é constituída por de 142 indivíduos em que 21 são compradores de arte, 18 são artistas, 1 é galerista, 3 são simultaneamente artistas e galeristas, 4 são simultaneamente compradores de arte e artistas e, os restantes 95 inquiridos serão doravante considerados como outros visitantes (e.g. familiares e amigos de artistas que estavam a expor e simples visitantes a passeio entre outros). Apesar dos esforços realizados junto das galerias e da organização Terra na Boca (organização que reúne e organiza atividades no QARMB englobando visitantes e lojistas) na tentativa de obtenção da estimativa do número de visitantes das Inaugurações Simultâneas, não foi possível um número. A galeria Trindade avançou um número de 1000 visitantes mensais nos tempos do patrocínio da *Famous Grouse* (2007/2008), tempos esses que atraíam mais visitantes do que nos tempos mais recentes pois. Este patrocinador era responsável por uma grande animação de rua que atraía muitos visitantes, a grande maioria constituída por curiosos. Desta forma, atendendo ao mau tempo do dia do evento (que tem sido um fator constante nos últimos eventos) e à diminuição de visitantes após a cessação do patrocínio da *Famous Grouse*, a amostra de visitantes parece representar bem o tipo de visitantes que são o público do evento de Inaugurações Simultâneas.

Relativamente aos galeristas entrevistados a amostra é constituída por 9 galerias de arte, correspondendo a 47,37% das galerias existentes no QARMB (Galeria Fernando Santos, Galeria Solar de Santo António, Galeria AP'Arte, Galeria São Mamede, Galeria Trindade, Galeria Por Amor à Arte, Galeria Presença, Galeria 111 e Galeria Quadrado Azul).

A primeira galeria a instalar-se na RMB foi a Fernando Santos em 1995, a galeria já existia antes disso mas noutra localização, outras galerias se foram juntando na rua e na sua envolvente. Dos galeristas que foram entrevistados temos alguns que já se instalaram no QARMB desde o começo desta concentração, em 1995, e temos outros com instalação mais recente, em 2010 (ver Anexo II).

As entrevistas não foram gravadas para que os galeristas não se sentissem constrangidos ou pressionados nas suas respostas, as entrevistas consistiram assim numa conversa aberta seguindo um guião mas não se cingindo apenas a ele, pois há sempre aspetos do funcionamento e da dinâmica das galerias surpreendentes. Estas entrevistas tiveram uma duração de 30 a 60 minutos e foram realizadas, não aos proprietários das galerias (que em grande parte raramente estão na galeria) mas, aos seus colaboradores diários. Estes colaboradores diários conhecem melhor a dinâmica e o fluxo de visitantes em dias do evento das Inaugurações Simultâneas e em dias fora do evento.

Os principais objetivos das entrevistas são sobretudo perceber quais as vantagens e/ou desvantagens da concentração geográfica das galerias e, do evento das Inaugurações Simultâneas no dia-a-dia da galeria entrevistada.

**Quadro 3.2 Inquiridos do evento das Inaugurações Simultâneas**

	Artistas	Galeristas	Compradores de arte	Outros Visitantes	Artista e Galerista	Artista e comprador
<b>N</b>	18	1	21	95	3	4
<b>%</b>	12,68%	0,70%	14,79%	66,90%	2,11%	2,82%

*Fonte:* Elaboração própria

Na próxima secção serão detalhadas e analisadas as evidências recolhidas nestas entrevistas, assim como a informação recolhida através dos inquéritos.

## **4 O evento das Inaugurações Simultâneas e o *Cluster* Permanente do Quarteirão das Artes da Rua Miguel Bombarda**

### **4.1 Considerações Iniciais**

O presente capítulo tem o objetivo avaliar de forma quantitativa e qualitativa as relações entre os *clusters* do Quarteirão das Artes da rua Miguel Bombarda, o permanente e o temporário/evento das Inaugurações Simultâneas e que mecanismos de aglomeração estão presentes em cada um desses *clusters*.

Sendo assim, proceder-se-á à análise dos inquéritos implementados aos visitantes do evento das Inaugurações Simultâneas e à análise das entrevistas realizadas aos galeristas.

Desta forma, no presente capítulo, em primeiro lugar será dado a conhecer a evolução do QARMB e do evento das Inaugurações Simultâneas; em segundo lugar será feita uma caracterização geral dos inquiridos e a sua perceção do evento; em terceiro lugar será avaliada a possível presença de mecanismos de aglomeração; em último lugar serão avaliadas as relações existentes entre o *cluster* permanente e o evento/*cluster* temporário.

Recorde-se que as principais questões de investigação do presente estudo são:

Q1. Que mecanismos de aglomeração são mais relevantes em cada um dos *clusters*?

Q2. Que relações existem entre o *cluster* permanente e o evento/*cluster* temporário?

As secções seguintes detalharão a análise efetuada e darão resposta a estas questões.

## **4.2 O Quarteirão das Artes da Rua Miguel Bombarda**

### **4.2.1 O *Cluster* Permanente**

A rua Miguel Bombarda nem sempre foi ocupada por galerias de arte, antes desta ocupação era caracterizada por ser uma rua cheia de armazéns sem qualquer atividade era portanto, uma rua praticamente sem vida e vista como secundária para as atividades comerciais e de lazer.

A primeira galeria de Arte a instalar-se e a ver o potencial da rua Miguel Bombarda foi, em 1995, a galeria Fernando Santos. A escolha desta localização deveu-se à adequação do espaço ao que procuravam e precisavam, deveu-se ainda ao preço dos espaços que, nesta localização, eram mais baratos em relação a outros locais no Porto. A referida galeria, já havia estado instalada na rua D. Manuel II durante cerca de 3 anos, rua que também é considerada como integrante do Quarteirão das Artes da Rua Miguel Bombarda.

Fernando Santos convidou e incentivou galeristas amigos a instalarem-se também na rua, alguns aceitaram o convite, como é o caso da Galeria Trindade que, ainda hoje está localizada no QARMB. A concentração de galerias na rua, assim como as lojas de artigos e roupa mais alternativos, não foi um movimento concertado, foi espontâneo. Este movimento de concentração foi-se alastrando para outras artérias adjacentes, extrapolando os limites da rua Miguel Bombarda.

“Uma galeria sozinha poderia funcionar, mas naturalmente 20 galerias funcionam muito melhor, porque atraem mais público e uns desfrutam dos outros (...) a pessoa que visita a movimentação de pessoas é importante para poderem desfrutar de 20 exposições ou de 25 que aqui se passam de mês a mês, e portanto as pessoas vêm muito mais facilmente do que se as galerias estivessem dispersas pela cidade (...). A concentração de galerias (...) aconteceu porque realmente houve motivação, interesse por parte dos meus colegas em instalarem-se aqui, e hoje a rua Miguel Bombarda é um fenómeno em termos de presença de galerias, e a concentração aqui dá muito mais importância à nossa atividade” (Fernando Santos in Bastos et al., 2009 p. 41).

A localização por parte das galerias no QARMB foi motivada por diversos fatores, os mais relevantes foram: i) a localização geográfica; ii) a notoriedade e prestígio da rua Miguel Bombarda; iii) o custo das instalações e iv) o acesso ao mercado (Bastos et al., 2009).

Desde 1995, data em que a Galeria Fernando Santos se instala na rua Miguel Bombarda, muitas galerias têm procurado localizar-se no QARMB. Tendo em conta esta elevada aglomeração de galerias de arte, as possíveis sinergias (acesso ao mercado, notoriedade nacional e internacional, entre outros) daí decorrentes e a densidade de relações

estabelecidas (informal ou de amizade; ações divulgação conjuntas; projetos comerciais conjuntos) o QARMB é considerado um *cluster* das artes (Bastos et al., 2009).

#### **4.2.2 Evolução do *Cluster* Temporário/evento das Inaugurações Simultâneas**

Em 21 de Junho de 2000 foi criada a Associação de Galerias da Miguel Bombarda, esta Associação era composta inicialmente por cinco galerias existentes à data (a galeria Fernando Santos, a galeria Trindade, a galeria Presença, galeria Quadrado Azul e a galeria Por Amor à Arte).

O evento das Inaugurações Simultâneas é feito desde a criação da Associação de Galerias da Miguel Bombarda, portanto desde 2000. Inicialmente eram feitas inaugurações mensais, atualmente (desde final de 2009/2010) são feitas seis inaugurações, normalmente 4 antes do verão e 2 depois do verão. Relativamente ao estabelecimento das datas de Inaugurações Simultâneas há aspetos impossíveis de controlar, nomeadamente as condições meteorológicas, em dias chuvosos o evento não atrai tantos visitantes, uma vez que as atividades de animação de rua não podem decorrer devido à inexistência de espaços cobertos.



QARMB fora dos dias de Inaugurações Simultâneas



QARMB em dia de evento de Inaugurações Simultâneas

**Figura 4.1 QARMB no seu dia-a-dia e em dia de evento**

*Fonte:* Recolha própria

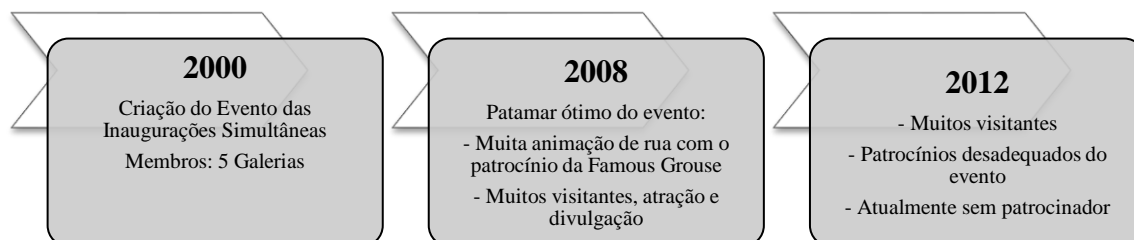
Inicialmente o evento contava apenas com o “público de galerias”, isto é, só tinha artistas, instituições ligadas à arte, jornalistas, entre outros. A Figura 4.1 mostra o ambiente do QARMB em dias de Inaugurações Simultâneas e nos restantes dias, notando-se uma grande diferença no que diz respeito ao fluxo de pessoas a visitar o QARMB.

Na opinião de Joana Gomes da Galeria Fernando Santos, o evento foi evoluindo desde essa data até um patamar “ótimo” (2007/2008). Com a entrada dos patrocinadores em 2008, as coisas começaram a fugir do controlo, a animação era excessiva e não servia os propósitos do evento, os patrocinadores também queriam difusão atraindo muitos visitantes ao evento. Artistas sentiam-se prejudicados com esta grande afluência porque não lhes era prestada a atenção desejada por parte dos galeristas (ver síntese da evolução do evento na Figura 4.2). Para as galerias, mesmo que o público não seja apenas constituído por artistas e interessados em comprar, toda esta atração de público dá visibilidade e isso, tem interesse para a rua e para o Quarteirão das Artes como um todo. Algumas galerias, no sentido de contornar o problema que os verdadeiros interessados (artistas e compradores) se queixavam, decidiram criar uma pré-inauguração das exposições. Esta pré-inauguração é apenas destinada a convidados das galerias e começou a ser feita em Novembro de 2011 por parte de algumas galerias, designadamente a Galeria Fernando Santos e a Galeria AP’Arte.

Atualmente, a organização do evento das Inaugurações parte de cada galeria, a associação de Galeristas da Miguel Bombarda já não faz reuniões periódicas, como fazia inicialmente, no momento, a associação apenas estabelece as datas de realização das Inaugurações Simultâneas, tentando conciliar a disponibilidade de todas as galerias. A Associação das galerias da rua Miguel Bombarda foi perdendo a sua força no momento em que lojas e cafés se mostram interessados em fazer parte da associação, aspeto que suscitou divergências entre alguns galeristas, alguns não concordavam pois, trata-se de uma associação de galerias e não de lojistas e galeristas. No entanto, é comum, para todos os negócios presentes na rua, o interesse em divulgar o QARMB e o seu negócio.

Joana Gomes da Galeria Fernando Santos revelou que, por volta de 2006/2007, a empresa municipal Porto Lazer manifestou algum interesse pelo Quarteirão das Artes da

Rua Miguel Bombarda, sendo esta responsável pela angariação de patrocínios e pela divulgação do evento. Em relação aos patrocinadores, na opinião de Joana Gomes, a animação que era feita era muito comercial e não ia de encontro com os objetivos do evento. Desta forma foram feitas reuniões junto da Porto Lazer e foram dadas sugestões, nomeadamente para atrair estudantes universitários da área das artes para que eles fizessem a animação da rua de acordo com os objetivos das galerias. Porém, a Porto Lazer não concretizou a sugestão até ao momento e atualmente não existem patrocinadores do evento.



**Figura 4.2 Evolução de Evento das Inaugurações Simultâneas**

*Fonte:* Elaboração própria

### **4.3 Caracterização geral dos inquiridos e perceções sobre o evento das Inaugurações Simultâneas**

O evento das Inaugurações Simultâneas conta com a presença de diversos visitantes, nomeadamente com artistas, galeristas, compradores, interessados em arte e simples curiosos/visitantes. No Quadro 4.1 estão, em síntese, caracterizados os visitantes inquiridos no referido evento, atendendo à idade, género, habilitações académicas e à profissão de acordo com a metodologia referida anteriormente.



**Quadro 4.1:** Caracterização dos Inquiridos do evento das Inaugurações Simultâneas

		Artistas	Galeristas	Compradores de arte	Outros Visitantes	Artista e Galerista	Artista e comprador
<b>Idade</b>	Menos de 18 anos				1,1%		
	18 aos 25 anos	16,7%		4,8%	14,7%		
	26 aos 35 anos	33,3%	100%	57,1%	49,5%	100%	25%
	36 aos 65 anos	50%		33,3%	31,6%		75%
	Mais de 65 anos			4,8%	3,2%		
<b>Género</b>	Feminino	61,1%	100%	52,4%	55,8%	33,3%	50%
	Masculino	38,9%		47,6%	44,2%	66,7%	50%
<b>Habilitações Académicas</b>	Ensino Primário				1,1%		
	Ensino Básico			4,8%	2,1%		25%
	Ensino Secundário	16,7%		14,3%	21,1%		25%
	Licenciatura	66,7%	100%	57,1%	56,8%	33,3%	25%
	Pós-graduação / Mestrado / Doutoramento	16,7%		23,8%	18,9%	66,7%	25%
<b>Profissão</b>	Estudante	16,7%		4,8%	16,8%		25%
	Trabalhador independente	27,8%	100%	28,6%	17,9%	100%	25%
	Trabalhador por conta de outrem	33,3%		47,6%	54,7%		50%
	Reformado	5,6%		4,8%	4,2%		
	Desempregado	5,6%		14,3%	5,3%		
	Trabalhador independente e trabalhador por conta de outrem	11,1%			1,1%		

*Nota:* O número de visitantes inquiridos considerados é: Outros visitantes 95; Artistas 18; Compradores de arte 21; Galeristas 1; Artistas e Galeristas 3; Artistas e Compradores de arte 4.

*Fonte:* Elaboração própria

Com base nos inquéritos ministrados aos visitantes do evento das Inaugurações Simultâneas e, categorizando estes visitantes em i) artistas, ii) galeristas, iii) compradores de arte, iv) outros visitantes, v) artistas e galeristas simultaneamente e vi) artistas e compradores de arte em simultâneo, será analisada a assiduidade ao evento e a frequência ao QARMB fora do evento.

Desta forma, dos artistas que visitavam o evento, 94,4% não era a primeira vez que o faziam, relativamente aos galeristas, assim como os que são simultaneamente artistas e galeristas e artistas e compradores de arte, estes 100% não visitavam o evento pela primeira vez, os compradores de arte, 90,5% dos que se encontravam a visitar o evento não o fazia pela primeira vez, dos outros visitantes 80% já tinha visitado o evento

anteriormente (Quadro 4.2), o que indica que os inquiridos são, na sua maioria, frequentadores do evento das Inaugurações Simultâneas e que o evento já tem considerável implementação.

**Quadro 4.2: Visita o evento das inaugurações simultâneas do QARMB pela primeira vez**

	Artistas	Galeristas	Compradores de arte	Outros Visitantes	Artista e Galerista	Artista e comprador
<b>Sim</b>	5,6%		9,5%	20%		
<b>Não</b>	94,4%	100%	90,5%	80%	100%	100%

*Nota:* O número de visitantes inquiridos considerados é: Outros visitantes 95; Artistas 18; Compradores de arte 21; Galeristas 1; Artistas e Galeristas 3; Artistas e Compradores de arte 4.

*Fonte:* Elaboração própria

Dos indivíduos que não se encontravam a visitar pela primeira vez o evento (ver Quadro 4.3), 100% dos galeristas, 100% dos que são simultaneamente artistas e galerista, 50% dos que são simultaneamente artistas e compradores de arte, 63,2% dos compradores de arte, 58,8% dos artistas e 46,1% dos outros visitantes costuma fazê-lo de 4 a 6 vezes por ano, ou seja, a frequência ao evento das inaugurações simultâneas é bastante assídua, sobretudo por parte dos galeristas, compradores de arte e por parte dos artistas.

Na percepção dos galeristas entrevistados, os compradores de arte não vêm ao evento das Inaugurações Simultâneas devido à confusão que se faz sentir no mesmo. Porém, nas secções seguintes veremos que dos compradores de arte inquiridos no evento apenas 36% refere que faz ou costuma fazer compras de arte durante o evento das Inaugurações Simultâneas, o que permite concluir que o evento não é o momento preferido para a compra de obras de arte.

**Quadro 4.3: Assiduidade dos visitantes ao evento das Inaugurações Simultâneas do QARMB**

	Artistas	Galeristas	Compradores de arte	Outros Visitantes	Artista e Galerista	Artista e comprador
<b>1-2 Vezes</b>	17,6%		5,3%	26,3%		25%
<b>2-4 Vezes</b>	23,5%		31,6%	27,6%		25%
<b>4-6 Vezes</b>	58,8%	100%	63,2%	46,1%	100%	50%

*Nota:* O número de visitantes inquiridos considerados é: Outros visitantes 95; Artistas 18; Compradores de arte 21; Galeristas 1; Artistas e Galeristas 3; Artistas e Compradores de arte 4.

*Fonte:* Elaboração própria

É de salientar que a maior parte dos inquiridos (94,4% dos artistas, 100% dos galeristas, 100% dos que são simultaneamente artistas e galerista, 100% dos que são simultaneamente artistas e compradores de arte, 95,2% dos compradores de arte e

88,4% dos outros visitantes) além de visitar o Quarteirão das Artes da rua Miguel Bombarda em dias do evento das inaugurações simultâneas, visita também o Quarteirão em dias fora do evento (Quadro 4.4). Este aspeto poderá indicar o elevado interesse que o QARMB tem nas atividades dos visitantes inquiridos, quer sejam profissionais, quer sejam atividades de lazer. Como será possível observar adiante, os galeristas entrevistados revelam que os compradores entram apenas em contacto com a galeria fora dos dias de evento, fator que pode justificar a sua visita ao QARMB, além da visita ao evento.

**Quadro 4.4: Visitantes que frequentam o QARMB fora do evento das Inaugurações Simultâneas**

	Artistas	Galeristas	Compradores de arte	Outros Visitantes	Artista e Galerista	Artista e comprador
Sim	94,4%	100%	95,2%	88,4%	100%	100%
Não	5,6%		4,8%	11,6%		

*Nota:* O número de visitantes inquiridos considerados é: Outros visitantes 95; Artistas 18; Compradores de arte 21; Galeristas 1; Artistas e Galeristas 3; Artistas e Compradores de arte 4.

*Fonte:* Elaboração própria

No Quadro 4.5 estão evidentes as avaliações que os visitantes do evento das Inaugurações Simultâneas fazem relativamente aos eventos em si e ao Quarteirão das Artes da RMB em dias habituais no que diz respeito ao lazer e à importância para a atividade profissional (neste caso apenas foram consideradas as respostas dos artistas, galeristas e compradores de arte). Os diferentes grupos de visitantes, de uma forma generalizada, avaliam o Quarteirão das Artes da RMB no que diz respeito a lazer e atividade profissional de forma mais positiva quando se trata do evento das Inaugurações Simultâneas (50% das respostas dos inquiridos atribui um grau igual ou superior a 6, avaliando o evento como bom). A avaliação do Quarteirão em dias habituais é menos positiva por parte dos visitantes inquiridos no que diz respeito ao lazer (no Quadro 4.5 é possível observar a mediana das avaliações feitas pelos visitantes do evento das Inaugurações Simultâneas).

A grande maioria dos visitantes inquiridos no evento é da região do grande Porto, existindo apenas alguns visitantes de outras regiões nomeadamente de Lisboa, Leiria, Aveiro, Braga e Chaves (no Anexo III é possível ver detalhadamente as áreas geográficas a que pertence cada grupo de visitantes inquiridos). Desta forma, conclui-se que o evento das Inaugurações Simultâneas é um evento maioritariamente local.

Os grupos de visitantes inquiridos (artistas, galeristas, compradores de arte, outros visitantes, os que são simultaneamente artistas e galeristas e os que são artistas e compradores de arte) manifestam elevado interesse em voltar a visitar o evento das Inaugurações Simultâneas (50% dos inquiridos pretende voltar a visitar o evento sempre que possível). O interesse em visitar o Quarteirão das Artes da RMB em dias habituais é também elevado porém, menor que o manifestado pelos dias de evento de Inaugurações Simultâneas.

**Quadro 4.5: Avaliação do Quarteirão das Artes da RMB**

		<b>Evento das inaugurações simultâneas</b>	<b>Rua em dias habituais</b>
<b>Como avalia o Quarteirão das Artes da RMB no que diz respeito ao lazer/consumo (incluindo o cultural)</b>	Galeristas	7	6
	Compradores de arte	6	5
	Artistas	6	5
	Outros visitantes	6	4
	Artista e Galerista	6	3
	Artista e Comprador	6,5	4
<b>Como avalia o Quarteirão das Artes da RMB no que diz respeito à atividade profissional</b>	Galeristas	7	6
	Compradores de arte	5	5
	Artistas	6	4,5
	Outros visitantes		
	Artista e Galerista	7	5
	Artista e Comprador	6,5	4
<b>Pretende voltar a visitar o Quarteirão das Artes?</b>	Galeristas	7	7
	Compradores de arte	7	7
	Artistas	7	5,5
	Outros visitantes	7	6
	Artista e Galerista	7	7
	Artista e Comprador	7	7

*Nota:* O número de visitantes inquiridos considerados é: Outros visitantes 95; Artistas 18; Compradores de arte 21; Galeristas 1; Artistas e Galeristas 3; Artistas e Compradores de arte 4.

A mediana obtida da avaliação do Quarteirão das Artes da RMB compreende uma escala de 1 (Fraco) a 7 (Muito bom). A mediana<sup>1</sup> obtida acerca da pretensão de uma nova visita ao Quarteirão das Artes da RMB compreende uma escala de 1 (Nunca) a 7 (Sempre que possível).

*Fonte:* Elaboração própria

<sup>1</sup> Usou-se o valor da mediana uma vez que estamos perante variáveis qualitativas nominais em que é usada uma escala de Likert (Maroco, 2007).

#### 4.4 Fatores e mecanismos de aglomeração mais relevantes no *cluster* permanente e no evento/*cluster* temporário

Nesta secção pretende-se identificar quais os mecanismos de aglomeração (acesso a bacias de emprego; acesso ao mercado e *spillovers* de conhecimento) presentes nos *clusters* temporário e permanente. Sendo assim, com base nas entrevistas aos galeristas e através dos inquéritos aos visitantes do evento das Inaugurações Simultâneas, poderá concluir-se qual a relevância de cada mecanismo nos referidos *clusters*.

No Quadro 4.6 é possível destacar algumas das razões que levaram os inquiridos a visitar o evento das Inaugurações Simultâneas do QARMB. Dimensão cultural e o entretenimento do evento são as razões mais apontadas para visitar o QARMB por parte dos visitantes, sendo que, o entretenimento é outro dos principais motivos para visitar o evento das Inaugurações Simultâneas.

**Quadro 4.6: Razões para visitar o evento das Inaugurações Simultâneas do Quarteirão das Artes da RMB**

		Artistas	Galeristas	Compradores de arte	Outros Visitantes	Artista e Galerista	Artista e comprador
<b>Sou residente</b>	Sim				18,9%	33,3%	25%
	Não	100%	100%	100%	81,1%	66,7%	75%
<b>Simple passeio/Curiosidade</b>	Sim	11,1%		14,3%	45,3		25%
	Não	88,9%	100%	85,7%	54,7%	100%	75%
<b>Entretenimento (e.g. estar com amigos, consumir, etc.)</b>	Sim	11,1%		38,1%	48,4%		75%
	Não	88,9%	100%	61,9%	51,6%	100%	25%
<b>Ir pela dimensão cultural</b>	Sim	55,6%		57,1%	52,6%	33,3	100%
	Não	44,4%	100%	42,9%	47,4%	66,7%	

*Nota:* O número de visitantes inquiridos considerados é: Outros visitantes 95; Artistas 18; Compradores de arte 21; Galeristas 1; Artistas e Galeristas 3; Artistas e Compradores de arte 4.

*Fonte:* Elaboração própria

As respostas dos visitantes inquiridos no evento, quando questionados acerca das atividades desenvolvidas no evento para os grupos de visitantes inquiridos (Quadro 4.7), debruçam-se, sobretudo, na visita às galerias de arte (dos galeristas, dos compradores de arte, dos artistas, dos outros visitantes, dos que são simultaneamente artistas e galeristas e dos artistas e compradores de arte inquiridos, a percentagem que visita as galerias de

arte é respetivamente, 100%, 90,5%, 100%, 83,2%, 100% e 75%). Outras atividades que os simultaneamente artistas e galeristas inquiridos desenvolvem durante o evento e que tem um peso significativo é falar com os artistas, observar as novas tendências da arte e socializar são atividades bastante apontadas por parte de todos os grupos de visitantes inquiridos. É ainda de salientar que compras de arte e outras compras são as atividades menos desenvolvidas durante o evento das Inaugurações Simultâneas. Como já foi referido, os galeristas entrevistados revelam que os compradores de arte preferem o ambiente mais tranquilo para a realização das suas compras, fazendo-o fora dos dias do evento.

Em resultado desta análise das atividades que os visitantes do evento das Inaugurações Simultâneas desenvolvem nesse mesmo evento, é possível salientar a presença de um dos mecanismos de aglomeração, o mecanismo *spillovers* de conhecimento (*buzz* e *network*) pois, são notórias as atividades de visita às galerias, socializar, observar novas tendências e falar com os artistas que, permitirá aos visitantes a criação de *network* e de troca de ideias que poderá ser vantajoso para a sua atividade profissional. Entre galeristas e visitantes não se verifica muita interação nos dias do evento de Inaugurações Simultâneas. Esta interação acontece com os “fiéis clientes” que não perdem o evento das inaugurações simultâneas (Hugo Veludo da Galeria Solar de Sto. António). Durante o evento de Inaugurações Simultâneas foi possível observar grupos de visitantes constituídos por artistas, professores de artes e amigos relacionados com esse meio que, à porta das galerias trocavam opiniões sobre a exposição que tinham acabado de ver e aconselhavam a visita a uma ou outra galeria.

**Quadro 4.7: Tipo de atividades que desenvolve durante o evento das Inaugurações Simultâneas**

		Artistas	Galeristas	Compradores de arte	Outros Visitantes	Artista e Galerista	Artista e comprador
<b>Consumir</b>	Sim	11,1%		42,9%	30,5%	66,7%	75%
	Não	88,9%	100%	57,1%	69,5%	33,3%	25%
<b>Socializar</b>	Sim	61,1%	100%	66,7%	65,3%	66,7%	50%
	Não	38,9%		33,3%	34,7%	33,3%	50%
<b>Visitar galerias</b>	Sim	100%	100%	90,5%	83,2%	100%	75%
	Não			9,5%	16,8%		25%
<b>Falar com os artistas</b>	Sim	72,2%		42,9%	20%	100%	25%
	Não	27,8%	100%	57,1%	80%		75%
<b>Falar com os galeristas</b>	Sim	50%		33,3%	12,6%	66,7%	
	Não	50%	100%	66,7%	87,4%	33,3%	100%
<b>Compras de arte</b>	Sim	11,1%		28,6%	6,3%	33,3%	75%
	Não	88,9%	100%	71,4%	93,7%	66,7%	25%
<b>Outras compras</b>	Sim	5,6%		38,1%	21,1%	66,7%	50%
	Não	94,4%	100%	61,9%	78,9%	33,3%	50%
<b>Observar novas tendências</b>	Sim	61,1%	100%	47,6%	43,2%	66,7%	50%
	Não	38,9%		52,4%	56,8%	33,33%	50%

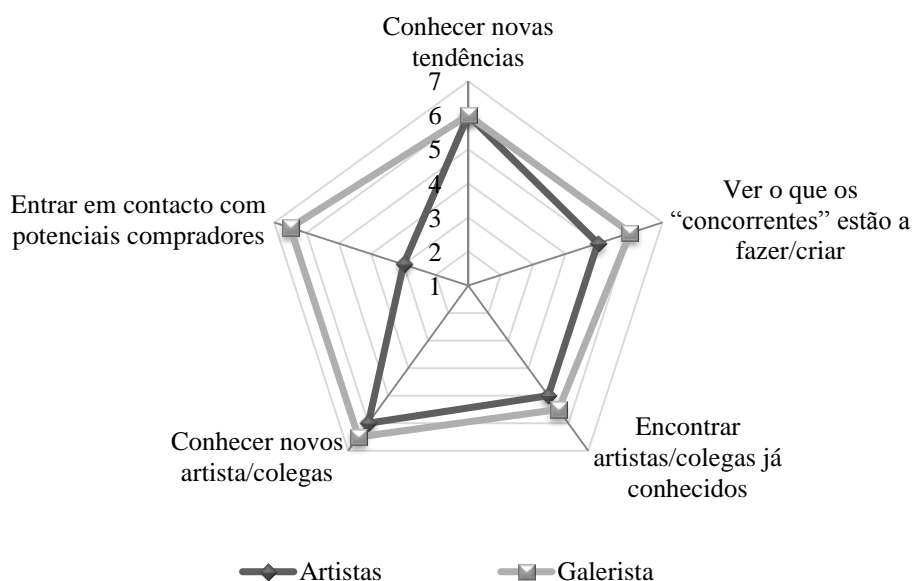
*Nota:* O número de visitantes inquiridos considerados é: Outros visitantes 95; Artistas 18; Compradores de arte 21; Galeristas 1; Artistas e Galeristas 3; Artistas e Compradores de arte 4.

*Fonte:* Elaboração própria

Na opinião da maioria dos galeristas entrevistados, o evento ajuda a reforçar a imagem do QARMB, há muitas pessoas e os contactos que se estabelecem são mais descontraídos, existe alguma troca de ideias entre galeristas e visitantes ainda que breve (Galeria Solar de Sto. António, Galeria Trindade, Galeria 111). “O evento não permite muito a interação entre galeristas e artistas, conhecer novos artistas acontece em dias da semana, fora da agitação do evento das Inaugurações Simultâneas” (Hugo Veludo, Galeria Solar de Sto. António).

De acordo com a opinião de Elsa Brandão da galeria 111, o *buzz* do evento das Inaugurações Simultâneas faz com que visitantes atraiam ainda mais visitantes, embora nem todos sejam potenciais compradores vão passando a palavra e divulgando o nome da galeria e do Quarteirão como um todo. A mesma opinião é partilhada por Cátia Brandão da galeria AP’Arte, por Daniela Steele da galeria Por Amor à Arte, por Paula Amoroso Lopes da galeria São Mamede.

Na opinião de Gustavo Carneiro e Inês Portugal da galeria Quadrado Azul, o acesso a *buzz*, *network* e imagem “...é feito com a participação em feiras, contacto com museus, os clientes vêm porque conhecem os artistas com quem trabalham”, na opinião destes entrevistados o evento das Inaugurações Simultâneas não tem quaisquer vantagens. Desta forma, conclui-se que para a maioria dos entrevistados o evento das Inaugurações é importante, especialmente no que diz respeito à criação de imagem e acesso ao *buzz* local.



**Figura 4.3: Importância do evento das Inaugurações Simultâneas para a atividade de artistas e galeristas**

*Nota:* O número de visitantes inquiridos considerados é: Galeristas 4; Artistas 25. A mediana<sup>2</sup> do grau de importância do evento compreende uma escala de 1 (Nada importante) a 7 (Muito importante).

*Fonte:* Elaboração própria

Galeristas e artistas inquiridos no evento das Inaugurações Simultâneas consideram que alguns aspetos deste evento são importantes para a sua atividade profissional (Figura 4.3). No caso dos artistas, estes consideram o evento importante para conhecer novas tendências artísticas, para conhecer e para encontrar novos ou já conhecidos artistas/colegas e para observar o que os “concorrentes” estão a fazer. Relativamente ao aspeto do evento permitir entrar em contacto com potenciais compradores, 50% dos artistas inquiridos no evento atribui um grau de importância superior ou igual a 3, o que

<sup>2</sup> Usou-se o valor da mediana uma vez que estamos perante variáveis qualitativas nominais em que é usada uma escala de Likert (Maroco, 2007).



permite concluir que este aspeto é considerado pouco importante para a atividade profissional dos artistas no dia de evento de Inaugurações Simultâneas. Relativamente aos galeristas inquiridos (Figura 4.3), 50% destes consideram que todos os aspetos referidos anteriormente são importantes para a sua atividade profissional porém, é de salientar que este grupo de inquiridos é menor, o que reduz o leque de respostas. Este aspeto corrobora a análise feita anteriormente, em que é possível destacar um dos mecanismos de aglomeração, a troca de conhecimentos e *network*, por parte de artistas e galeristas, está presente no evento das Inaugurações Simultâneas. É possível ainda notar que, para os artistas, não se revela muito determinante, entrar em contacto com compradores durante o evento, permitindo concluir que o mecanismo de acesso ao mercado não está muito presente durante o evento.

### **Acesso a bacias de emprego**

Galeristas referem que não existe criação de emprego nem rotatividade de emprego, uma vez que, as galerias são empresas de pequena dimensão em que, a maioria, tem apenas um ou dois colaboradores, sendo que existe um baixo potencial de emprego direto. Porém, no dia do evento de Inaugurações Simultâneas, algumas galerias, nomeadamente a Galeria Fernando Santos e a Galeria Presença, dispõem de um ou dois colaboradores adicionais para ajudar com a exposição. No caso da Galeria Presença, a montagem da última exposição contou com a presença de estudantes ou jovens artistas, voluntários em que na contrapartida da sua ajuda o artista oferece uma aula de duas horas onde conversam e discutem sobre as obras dos estudantes, sobre os seus processos de trabalho, desenvolvimento de obras artística e colaboração artística.

### **Acesso ao mercado (fornecedores especializados e clientes)**

Neste caso os fornecedores das galerias são os artistas, pois são eles que produzem e fornecem a obra artística. Os clientes são apreciadores de arte, colecionadores, museus, entre outros.

Durante o evento das Inaugurações Simultâneas não existe grande contacto entre galeristas e os clientes e fornecedores, é muita gente não se conseguindo manter a conversa/negociação por muito tempo e, a descrição que os clientes gostam não é possível. Fora do evento das Inaugurações Simultâneas artistas e clientes entram em

contacto com a galeria. Hugo Veludo, da Galeria Solar de Sto. António, deu a conhecer que o contacto entre galerista e artista é muitas vezes feito por iniciativa do artista, este envia para a galeria o seu portfólio e a galeria faz a sua avaliação e vê se as obras desse artista se enquadram na linha de trabalhos ou na filosofia da galeria. Este tipo de contactos não é possível em dias de evento, o elevado “entra e sai” não permite grande interação e nem saber que tipo de visitante é, no caso de não serem compradores ou artistas com quem já trabalhem.

Desta forma, verifica-se que este mecanismo está mais presente fora do evento das Inaugurações Simultâneas.

### ***Spillovers de conhecimento***

No dia-a-dia do Quarteirão das Artes da rua Miguel Bombarda o ambiente é calmo, o oposto dos dias de Inaugurações Simultâneas. O evento, como foi referido anteriormente com base na Figura 4.3, é importante em alguns aspetos para os artistas e os galeristas, nomeadamente para conhecer novas tendências artísticas, para conhecer e para encontrar novos ou já conhecidos artistas/colegas e para observar o que os “concorrentes” estão a fazer. O evento das Inaugurações Simultâneas atrai mais pessoas e atrai a atenção da imprensa ao QARMB, tornando-o mais agitado nos dias de evento, este aspeto é apontado pela generalidade dos galeristas entrevistados, com a exceção da Galeria Quadrado Azul, como a principal vantagem do evento (estes últimos consideram que todo o trabalho de divulgação é feito pela própria galeria e pela sua participação em Feiras de arte). Os galeristas referem que não é no dia que fazem negócios mas, os verdadeiros interessados voltam em dias mais calmos.

Esta agitação no dia-a-dia do QRMB não existe, alguns visitantes inquiridos referiram que chegaram a querer ver uma exposição e nem lhe acenderam as luzes da galeria. Sendo assim, conclui-se que este mecanismo funciona melhor durante o evento das Inaugurações Simultâneas ou seja, no *cluster* temporário.

**Quadro 4.8: Fatores e mecanismos de aglomeração presentes no *cluster* temporário e no *cluster* permanente**

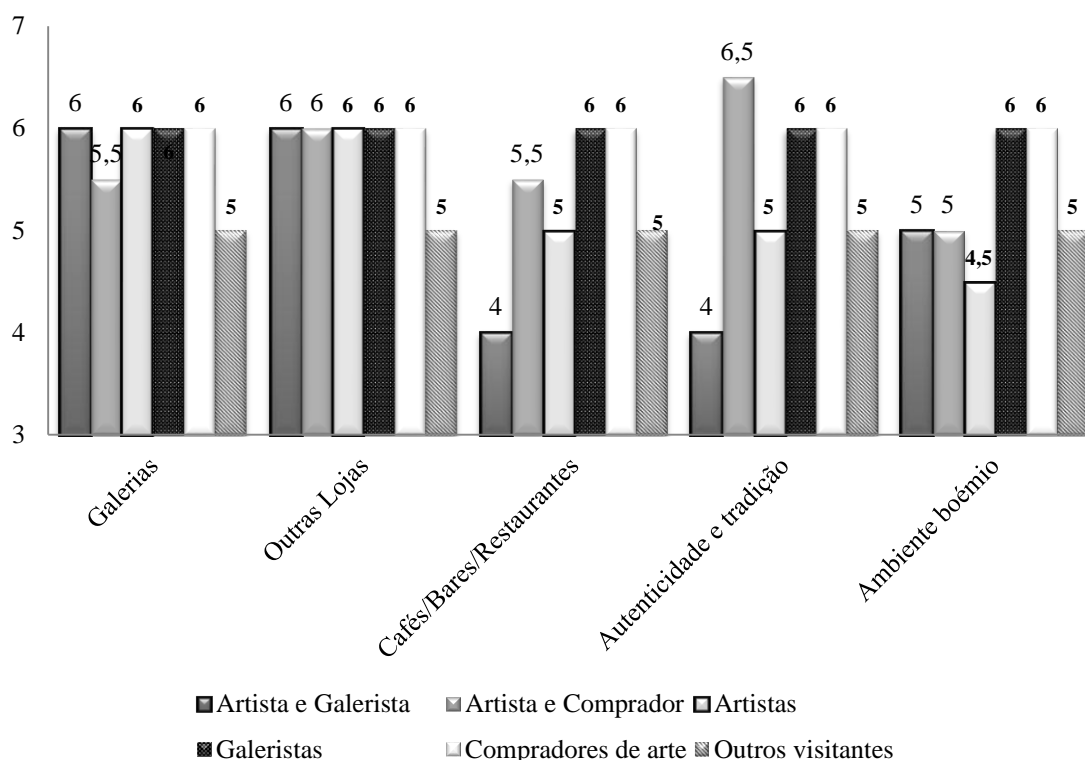
	<b>Acesso a bacias de emprego</b>	<b>Acesso ao mercado (fornecedores especializados e clientes)</b>	<b><i>Spillovers</i> de conhecimento</b>
<b>Evento/<i>cluster</i> temporário</b>	Pouco Presente.	Pouco Presente	Presente
<b><i>Cluster</i> Permanente</b>	Pouco Presente.	Presente	Pouco Presente

*Fonte:* Elaboração própria

#### **4.5 Relações entre o *cluster* permanente do QARMB e evento/*cluster* temporário das Inaugurações Simultâneas**

Para se entender que tipos de relações poderão surgir/existir entre o QARMB e o evento/*cluster* temporário das Inaugurações Simultâneas, torna-se pertinente saber a opinião que os galeristas têm do evento e saber o que os visitantes inquiridos mais gostam neste evento e o que lhes condiciona a visita mais assídua.

### Preferências dos visitantes do Quarteirão das Artes da Rua Miguel Bombarda



**Figura 4.4: Grau de preferências dos visitantes do Quarteirão das Artes da RMB**

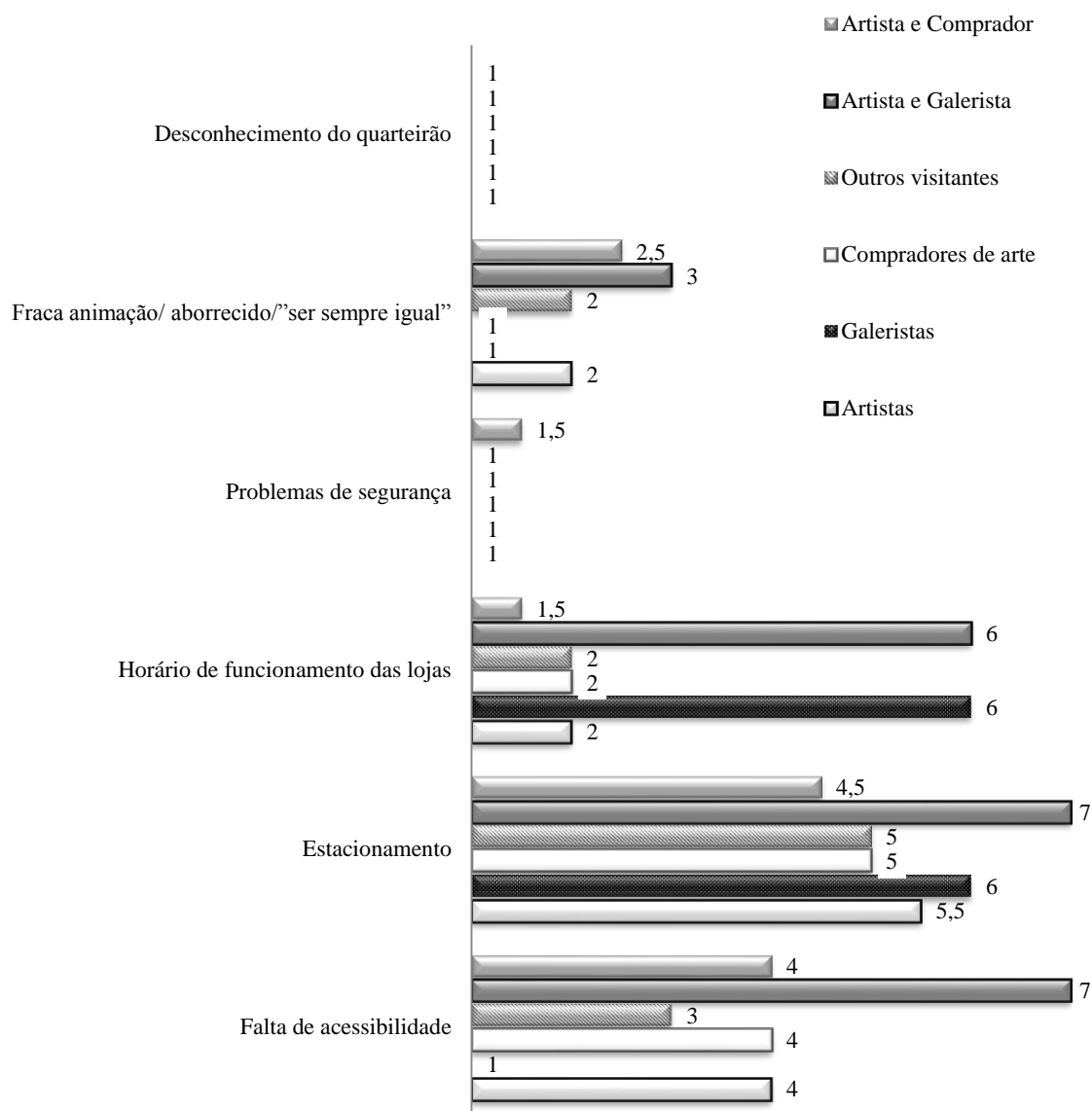
*Nota:* O número de visitantes inquiridos considerados é: Outros visitantes 95; Artistas 18; Compradores de arte 21; Galeristas 1; Artistas e Galeristas 3; Artistas e Compradores de arte 4. A mediana<sup>3</sup> de preferência dos visitantes compreende uma escala de 1 (Não gosto nada) a 7 (Gosto muito)

*Fonte:* Elaboração própria

Na Figura 4.4 é possível visualizar o grau de preferência dos visitantes inquiridos do evento das inaugurações simultâneas no que diz respeito às galerias, outras lojas, cafés, bares, restaurantes, autenticidade e tradição, e o ambiente boémio existente no Quarteirão das Artes da Rua Miguel Bombarda. No que diz respeito à preferência dos inquiridos, de uma forma generalizada, verifica-se que 50% destes “gostam” e “gostam muito” das galerias e das outras lojas que existem no QARMB, sendo que os restantes 50% “gostam moderadamente” ou “não gostam” destes mesmos espaços. De uma forma geral, os diferentes grupos de inquiridos revelam que gostam das atividades e ambiente do Quarteirão das Artes da Rua Miguel Bombarda.

<sup>3</sup> Usou-se o valor da mediana uma vez que estamos perante variáveis qualitativas nominais em que é usada uma escala de Likert (Maroco, 2007).

### Motivos que podem condicionar a frequência de visitas ao Quarteirão das Artes da RMB



**Figura 4.5: Motivos que podem condicionar visita ao Quarteirão das Artes da RMB**

*Nota:* O número de visitantes inquiridos considerados é: Outros visitantes 95; Artistas 18; Compradores de arte 21; Galeristas 1; Artistas e Galeristas 3; Artistas e Compradores de arte 4. A mediana<sup>4</sup> dos motivos que podem condicionar as visitas compreende uma escala de 1 (Não condiciona nada) a 7 (Condiciona muito).

*Fonte:* Elaboração própria

<sup>4</sup> Usou-se o valor da mediana uma vez que estamos perante variáveis qualitativas nominais em que é usada uma escala de Likert (Maroco, 2007).

Entre os motivos apontados como possíveis condicionantes à frequência mais assídua dos inquiridos, é destacado pelas diferentes categorias de visitantes inquiridas o estacionamento e a falta de acessibilidade. Contudo, estas duas razões apontadas são referidas, por alguns visitantes inquiridos, como fatores que não condicionam muito, uma vez que existem muitos parques de estacionamento e a rede de transportes públicos cobre bem, em termos de acessibilidade, toda a zona do QARMB. Os possíveis motivos que menos condicionam a frequência ao Quarteirão das Artes da Rua Miguel Bombarda são o desconhecimento do quarteirão e os problemas de segurança, 50% dos inquiridos no evento das inaugurações simultâneas respondeu que, estes dois aspetos não condicionam nada a sua frequência ao Quarteirão (Figura 4.5).

Alguns dos galeristas entrevistados têm uma visão muito negativa do evento das Inaugurações Simultâneas. A galeria Quadrado Azul, por exemplo, pondera mesmo estar fechada nesses dias. Gustavo Carneiro e Inês Portugal referem que algumas exposições são constituídas por obras mais sensíveis (algumas emitem sons) e, nalguns casos a confusão do evento poderá não permitir desfrutar das peças, podendo mesmo danificá-las, não sendo portanto de todo vantajoso estar de portas abertas no dia do evento das Inaugurações Simultâneas. Desta forma, os entrevistados têm a opinião de que *cluster* temporário e *cluster* permanente são substitutos, estes referem que a galeria faz todo o trabalho de divulgação e tem visitantes internacionais (coleccionadores, museus, entre outros) que vêm especialmente para visitar a galeria e também o museu de Serralves. Pelos motivos apontados, os galeristas da Quadrado Azul não consideram os dois *clusters* complementares mas, também não dizem que são prejudiciais, na opinião destes a participação em diversas feiras de arte complementa melhor o *cluster* permanente (constrói uma imagem mais sólida da galeria).

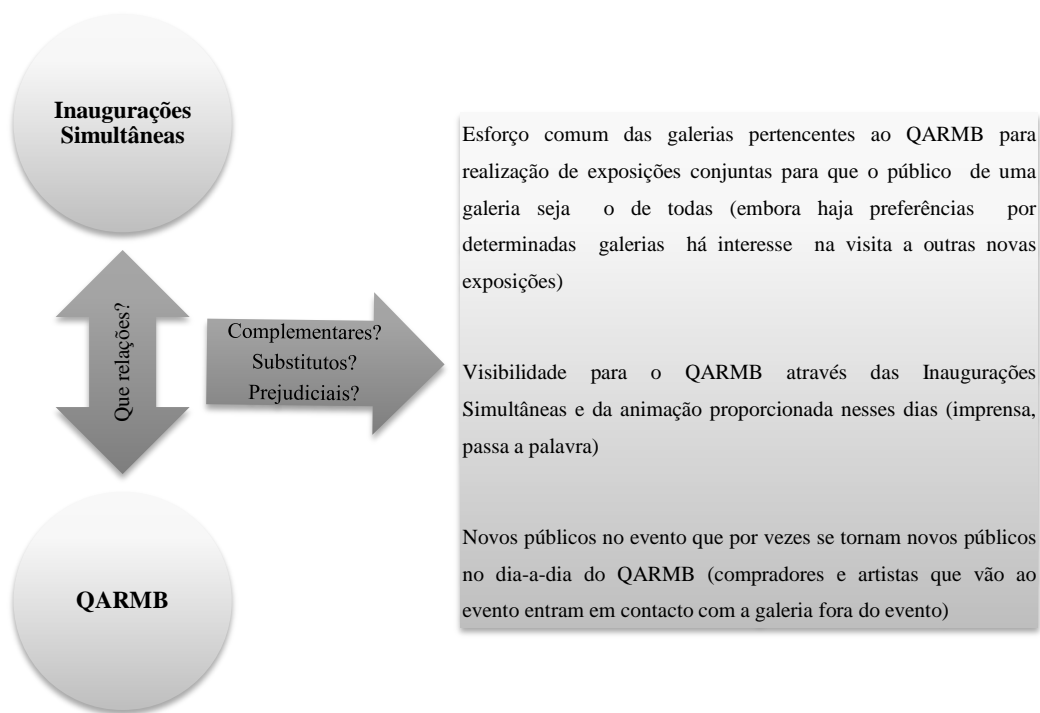
Opiniões opostas têm outras galerias, nomeadamente a galeria Trindade, a galeria AP'Arte, a galeria 111 e a galeria Por Amor à Arte que consideram que a agitação do evento das Inaugurações Simultâneas é fundamental para dar visibilidade ao QARMB, embora não seja no dia do evento que são feitas as vendas, os interessados vêm e voltam mais tarde para formalizar o seu interesse. “O evento é uma boa confusão que traz pessoas nos dias mais calmos” (Cátia Brandão da galeria AP'Arte).

Galeristas quando questionados sobre as vantagens do evento das Inaugurações Simultâneas para a sua Galeria, Hugo Veludo da Galeria Solar de Santo António refere que essas vantagens já foram maiores, refere que “o evento deixou de ser uma concentração para ver arte, passou a ser uma “fogueira das vaidades” (Tom Wolfe), as pessoas vêm para ver e serem vistas”.

Uma opinião interessante acerca do evento das Inaugurações Simultâneas tem Ana Feijó da galeria Presença referindo que “a curto prazo o evento é péssimo porque quem quer comprar não se quer misturar, a longo prazo, pode ser benéfico porque jovens que vêm agora podem voltar mais tarde como compradores”

De uma forma geral, as galerias entrevistadas são da opinião que a existência do evento das Inaugurações Simultâneas lhe traz benefícios para o dia-a-dia do Quarteirão, considerando que *cluster* temporário e *cluster* permanente são complementares pois, permite trazer visibilidade a cada galeria individualmente e ao QARMB como um todo, os visitantes mais interessados voltam em dias fora do evento. Efetivamente os dias de evento de Inaugurações Simultâneas não são os escolhidos para fazer compras de arte, tal como referiram os galeristas entrevistados e o grupo de visitantes do evento (como verificámos no Quadro 4.7).

Na Figura 4.6 é possível observar de forma resumida as vantagens gerais, referidas pelos galeristas, que o evento proporciona para o QARMB no seu dia-a-dia.



**Figura 4.6: Relações entre o QARMB e o evento das Inaugurações Simultâneas**

*Fonte:* Elaboração própria

## 4.6 Considerações Finais

A presente secção teve como objetivo dar a conhecer o QARMB e o evento das Inaugurações Simultâneas, caracterizar os visitantes inquiridos e, responder às questões de investigação deste trabalho tendo em linha de conta as entrevistas aos galeristas e os inquéritos ministrados aos visitantes das Inaugurações Simultâneas do dia 9 de Junho de 2012. Assim sendo, no Quadro 4.9 estão as respostas, de forma sintetizada, às questões de investigação.



**Quadro 4.9: Síntese das respostas às questões de investigação**

	<b>Acesso a bacias de emprego</b>	Mecanismo pouco presente no <i>cluster</i> temporário e <i>cluster</i> permanente
<b>Q1. Que mecanismos de aglomeração são mais relevantes em cada um dos <i>clusters</i>?</b>	<b>Acesso ao mercado (fornecedores especializados e clientes)</b>	Mecanismo pouco presente no <i>cluster</i> temporário e presente no <i>cluster</i> permanente
	<b>Spillovers de conhecimento</b>	Mecanismo presente no <i>cluster</i> temporário e pouco presente no <i>cluster</i> permanente <sup>5</sup> .
	<b>Complementares?</b>	Dos 9 galeristas entrevistados, 8 consideram que o <i>cluster</i> temporário e o <i>cluster</i> permanente são complementares (evento dá a visibilidade que o QARMB só por si não conseguiria)
<b>Q2. Que relações existem entre <i>clusters</i> permanentes e eventos/clusters temporários?</b>	<b>Substitutos?</b>	Na opinião dos entrevistados da galeria Quadrado Azul o <i>cluster</i> temporário é perfeitamente substituível, na medida que a Galeria faz todo um trabalho de divulgação e não necessita do evento como forma de divulgação. Mais nenhum entrevistado manifestou essa mesma opinião
	<b>Prejudiciais um ao outro?</b>	Nenhuma galeria considerou o <i>cluster</i> temporário como prejudicial para o <i>cluster</i> permanente. No caso da galeria Quadrado Azul a opinião é que não é prejudicial mas as vantagens não são nenhuma.

Fonte: Elaboração própria

<sup>5</sup> Mecanismo presente na vertente de competitividade entre galerias e de relacionamento informal.

## 5 Conclusões

O principal objetivo do presente estudo foi analisar o *cluster* temporário (o evento das Inaugurações Simultâneas) e as suas implicações e relações com o *cluster* permanente (o Quarteirão das Artes da rua Miguel Bombarda). Mais concretamente, as questões de investigação colocadas foram: Q1. Que mecanismos de aglomeração são mais relevantes em cada um dos *clusters*? Q2. Que relações existem entre o *cluster* permanente e o evento/*cluster* temporário?

Diversos estudos revelam que as atividades criativas têm-se assumido como um forte instrumento de revitalização dos centros das cidades. Estas atividades criativas, de uma forma geral, tendem a concentrar-se em determinada área geográfica, formando assim verdadeiros *clusters* de indústrias criativas.

A literatura tem, mais recente, vindo a desenvolver o conceito de *clusters* temporários aplicado aos eventos e Feiras. Este conceito refere que os eventos e as Feiras permitem aos participantes uma interação que se assemelha à dos *clusters* permanentes, embora que seja de carácter temporário.

O presente trabalho debruçou-se num exemplo de concentração de atividades criativas, as galerias de arte e, num evento que se realiza seis vezes por ano no espaço onde as galerias de arte estão estabelecidas. A rua Miguel Bombarda, na cidade do Porto, é caracterizada pela concentração de galerias de arte, entre outras lojas em que a aposta na diferenciação é elevada, formando um *cluster* das galerias de arte. O Quarteirão das Artes da rua Miguel Bombarda é ainda caracterizado pelos eventos de Inaugurações Simultâneas realizados aos sábados, seis vezes por ano, atraindo muitos visitantes ao quarteirão.

Com base nos inquéritos aos visitantes do evento de Inaugurações Simultâneas foi possível analisar o público frequentador do evento (artistas, galeristas, compradores de arte, curiosos, familiares de artistas, entre outros), quais os motivos de o frequentarem e que tipo de atividades costumavam ou pretendiam desenvolver. Através das entrevistas aos galeristas foi possível obter as suas perceções sobre o evento e quais as implicações deste no dia-a-dia do QARMB. Desta forma, com base nas duas ferramentas referidas, tornou-se possível identificar quais os fatores e mecanismos de aglomeração presentes

em cada um dos *clusters*. No *cluster* permanente o mecanismo de aglomeração que mais se destaca é o acesso ao mercado, uma vez que artistas e compradores de arte, na grande parte das vezes, estabelecem contactos de negócios com os galeristas no dia-a-dia do QARMB. O *cluster* temporário é assim preterido no que diz respeito aos contactos de negócios com artistas e compradores, no evento o mecanismo que mais se evidencia é a troca de conhecimentos entre os visitantes, acesso ao *buzz* local e criação de *network* (mecanismo menos presente no *cluster* permanente). Relativamente ao acesso de bacias de emprego, tanto no *cluster* permanente como no *cluster* temporário este mecanismo está pouco presente, as galerias de arte são negócios de pequena dimensão e não carecem de um elevado número de trabalhadores (geralmente são constituídas por dois funcionários apenas, com a exceção das Inaugurações Simultâneas em que algumas galerias contam com colaboradores extra).

A coexistência de dois *clusters* num mesmo espaço, embora em poucas ocasiões, pode revelar-se negativa para uns e positiva para outros. De facto, com base nas entrevistas aos galeristas, as opiniões sobre as implicações do evento das Inaugurações Simultâneas no dia-a-dia do QARMB divergem, alguns acham o evento muito proveitoso em termos de criação de imagem e atração de público, outros (embora menos) são da opinião que o evento por vezes pode ser prejudicial e não precisam dele para que a galeria tenha uma “boa imagem”, esse trabalho de divulgação é feito pela galeria. Porém, a maioria das opiniões recolhidas através das entrevistas, tem uma visão positiva acerca da contribuição do evento das Inaugurações Simultâneas para o dia-a-dia do QARMB.

Não obstante, a avaliação positiva feita por parte dos visitantes do evento ao nível das Inaugurações Simultâneas e do QARMB, alguns visitantes salientaram de forma negativa a acessibilidade e o difícil estacionamento no quarteirão. Uma melhor cobertura da rede de transportes em dias de evento, nomeadamente a garantia de uma forma de transporte para o Quarteirão, que transportasse os visitantes de zonas estratégicas da cidade, designadamente das zonas de maior atração turística, seria um ponto a aperfeiçoar de forma a colmatar a referida falta de acessibilidade e de estacionamento.

A página *web*, promocional do turismo da cidade do Porto referencia o QARMB como um local a visitar porém, no mês de Agosto o quarteirão parece uma zona desabitada em

que quase todas as galerias estão de portas fechadas. Sendo que o mês de Agosto é escolhido por muitos como o mês de excelência para férias talvez fosse vantajoso para as galerias estar abertas neste mês. Apesar da maioria dos turistas não levar nas malas uma obra de arte, poderá levar a vontade de voltar e transmitir a amigos e conhecidos que possam ter interesse, curiosidade e gosto pela arte.

O gosto pela arte é uma característica que pode ser fomentada com o contacto direto com as obras, ao contrário da veia artística que, apesar de fomentada pode não ser desenvolvida. Neste sentido, e para que o evento das Inaugurações Simultâneas não seja a única fonte de atração para muitos visitantes, fica a sugestão de complementar o evento com *workshops* temáticos, promovidos pelos artistas com obras em exposição ou fazendo uma ligação com as escolas de arte. Esta sugestão daria ao *cluster* temporário um reforço através do fortalecimento de um dos referidos mecanismos de aglomeração, os *spillovers* de conhecimentos e a criação de *networks*.

Este trabalho de investigação permitiu deslindar um pouco mais o fenómeno, ainda pouco estudado, do relacionamento entre *clusters* permanentes e *clusters* temporários, concluindo que o evento das Inaugurações Simultâneas é complementar ao *cluster* permanente no que diz respeito à visibilidade que este dá ao QARMB e à atração de visitantes que poderão posteriormente tornar-se potenciais compradores. Porém, ao longo da investigação foram surgindo aspetos que suscitaram um interesse que não foi possível desenvolver, nomeadamente a importância central que os compradores de arte assumem no funcionamento de uma galeria no que diz respeito à forma de angariação e negociação com os clientes, que não é muito clara, assim como, o porquê da sua compra (gosto e/ou formação artística, forma de investimento, etc.). Este é um aspeto que as galerias não gostam de revelar, pois os seus clientes gostam de ser discretos e as galerias competem para os “angariar”. Assim, este trabalho poderá posteriormente ser complementado tendo em atenção a importância que outros atores poderão ter nos *clusters* temporário e permanente, nomeadamente recorrendo a entrevistas a compradores, escolas de arte e jornalistas.

Em suma, esta investigação permite concluir que o evento das Inaugurações é importante para o QARMB no que diz respeito à divulgação e criação de imagem deste local incaracterístico da cidade do Porto.

## Referências

- Amin, A., & Thrift, N. (2002). Cities, reimagining the urban. *Polity Press, Cambridge*.
- Armstrong, H., & Taylor, J. (2000). *Regional Economics and Policy* (3ª ed.). Oxford, UK: Blackwell Publishers.
- Arndt, O., & Sternberg, R. (2000). Do Manufacturing Firms Profit from Intraregional Innovation Linkages? An Empirical Based Answer. *European Planning Studies*, 8 (4), 465-485.
- Bastos, C., Ladeira, S., & Silva, S. (2009). Empreendedorismo nas artes ou artes do empreendedorismo? Um estudo empírico do 'cluster' da Rua Miguel Bombarda. Working Papers, Faculdade de Economia do Porto.
- Bathelt, H., & Schuldt, N. (2008). Between Luminaires and Meat Grinders: International Trade Fairs as Temporary Clusters. *Regional Studies*, 42: 6, 853-868.
- Castiglioni, C. (2010). Trade Fairs' Collateral Events as Drivers for Urban Regeneration - The case of Via Tortona (Milano) and San Salvario (Torino), Italy. *Dissertação*. Erasmus Universiteit Rotterdam, Rotterdam.
- Caves, R. E. (2000). Creative Industries: Contracts Between Art And Commerce. *Harvard University Press, Cambridge*.
- DCMS (Department for Culture, Media and Sports). (1998). *Creative industries mapping document*. DCMS, London.
- Duranton, G., & Puga, D. (2004). Micro foundations of urban agglomeration economies. In Handbook of regional and urban economics, *Henderson, J. V.; Thisse, J. F.* (Vol. 4, pp. 2065–2118). Amsterdam: Elsevier.
- ECE. (2006). *The Economy of Culture in Europe, European Comission*. Obtido em 11 de Maio de 2012, de [http://ec.europa.eu/culture/key-documents/doc873\\_en.htm#bad\\_nodepdf\\_word/economy\\_cult/executive\\_summary.pdf](http://ec.europa.eu/culture/key-documents/doc873_en.htm#bad_nodepdf_word/economy_cult/executive_summary.pdf)

- European Consumers Choice. (2012). *European Best Destination 2012*. Obtido em 20 de Maio de 2012, de <http://www.europeanconsumerschoice.org/travel/european-best-destination-2012/>
- Evans, S. (2005). *Creative Clusters*. Obtido em 29 de Abril de 2012, de <http://www.india-seminar.com/2005/553/553%20simon%20evans.htm>
- Frenken, K., & Van Oort, F. G. (2004). The geography of research collaboration: theoretical considerations and stylized facts in biotechnology in Europe and the United States. In *Regional Economies as Knowledge Laboratories*, Cooke, P. and A. Piccaluga. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- Google maps. (s.d.). Obtido em 1 de Agosto de 2012, de <http://maps.google.pt/maps?hl=pt-PT&tab=ll>
- Gray, H. P., & Dunning, J. H. (2000). Towards a Theory of Regional Policy. In Dunning, H.P., *Regions, Globalization, and the Knowledge-Based Economy*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Infopédia. (2003). *Capital cultural*. (Porto editora) Obtido em 2 de Junho de 2012, de Infopédia: [http://www.infopedia.pt/\\$capital-cultural](http://www.infopedia.pt/$capital-cultural)
- Isaksen, A. (2004). Knowledge-based Clusters and Urban Location: The Clustering of Software Consultancy in Oslo. *Urban Studies*, 41 (5/6), 1157-1174.
- Kearns, G., & Philo, C. (1993). *Selling places. The city as cultural capital, past and present*. Oxford: Pergamon Press.
- Kim, H. (2007). The Creative Economy And Urban Art Clusters: Locational Characteristics Of Art Galleries In Seoul. *Journal Of The Korean Geographical Society*, 42 (2).
- Maroco, J. (2007). *Análise Estatística com utilização do SPSS* (3ª ed.). Lisboa: Edições Sílabo.
- Marshall, A. (1920). *Principals of Economics* (8ª ed.). London: Macmillan.

- Maskell, P., Bathelt, H., & Malmberg, A. (2006). Building global knowledge pipelines: The role of temporary clusters. *European Planning Studies*, 14 (8), 997-1013.
- Miller, T. (2009). From Creative to Cultural Industries. *Cultural Studies*, 23(1), 88-99.
- Nóbrega , L. G. (22 de Abril de 2009). *Paralelo 33 - magazine de idéias, cultura e lazer*. Obtido em 14 de Maio de 2012, de [http://www.paralelo33.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=97&Itemid=31](http://www.paralelo33.com/index.php?option=com_content&view=article&id=97&Itemid=31)
- Pine, J., & Gilmore, J. (1999). *The experience economy*. Boston: Harvard Business School Press.
- Porter, M. E. (1990). *A Vantagem Competitiva das Nações*. Rio de Janeiro: Editora Campus.
- Porter, M. E. (1998). Clusters And The New Economics Of Competition. *Harvard Business Review*, 77-87.
- Power, D. (2002). Cultural Industries In Sweden: An Assessment Of Their Place In The Swedish Economy. *Economic Geography*, 78 (2), 103-127.
- Power, D., & Jansson, J. (2008). Cyclical Clusters in Global Circuits: Overlapping Spaces in Furniture Trade Fairs. *Economic Geography*, 84: 4, 423–448.
- Richards , G., & Palmer, R. (2010). *Eventful cities : cultural management and urban revitalisation*. London: Butterworth Heinemann.
- Russo , A. P., & Quagliari, D. A. (2010). Paisajes urbanos en la época post-turística, propuesta de un marco analítico. Scripta Nova, Barcelona.
- Rutten , R., & Boekema, F. (2004). The spatial dimension of inter-firm learning: case study and conceptualization. In *Regional Economies as Knowledge Laboratories*, Cooke, P.; Piccaluga, A. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- Schmitz, H., & Musyck, B. (1994). Industrial Districts In Europe: Policy Lessons For Developing Countries? *World Development*, 22, 889-910.

- Scott, A. J. (1997). The cultural economy of cities. *Blackwell Publishing*. Oxford.
- Scott, A. J. (2000). The Cultural Economy of Cities. London: Sage.
- Sölvell, O., Ketels, C., & Lindqvist, G. (2006). Industrial Specialization And Regional Clusters In The New Eu Member States. *Paper Presented At Druid Summer Conference On Knowledge, Innovation And Competitiveness*. Dynamics Of Firms, Networks, Regions And Institutions.
- Storper, M., & Venables, A. J. (2004). Buzz: the economic force of the city. *Journal of Economic Geography*, 4, 351-370.
- The New York Times. (23 de Novembro de 2011). *36 hours in Porto, Portugal*. Obtido em 27 de Março de 2012, de <http://travel.nytimes.com/2011/11/27/travel/36-hours-in-porto-portugal.html>
- The New York Times. (1 de Abril de 2012). *FORAGING; In Portugal, A Street in Porto Finds Its Groove*. Obtido em 20 de Maio de 2012, de <http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=9C0DE1DF103DF932A35757C0A9649D8B63>
- Tom Fleming Creative Consultancy, Horwath, Parsus, Opium Lda, & Gestluz e Comedia . (2008). *Desenvolvimento de um cluster de Indústrias Criativas na Região Norte*. Fundação de Serralves, em parceria com a Junta Metropolitana do Porto, a Casa da Música e a Sociedade de Reabilitação Urbana da Baixa Portuense, Porto.
- Traveler. (2012). *Los nueve sitios que arrasan en Oporto*. Obtido em 26 de Maio de 2012, de <http://www.traveler.es/viajes/rankings/articulos/los-nueve-sitios-que-arrasan-en-oporto/1693>
- Turok, I. (2003). Cities, Clusters And Creative Industries: The Case Of Film And Television In Scotland. *European Planning Studies*, 11 (5).
- UNESCO. (2008). *The Creative Economy report 2008, The Challenge in assessing the creative economy: towards informed policy making*.



- van den Berg, L., Pol, P., van Winden , W., & Woets, P. (2005). *European Cities in the Knowledge Economy*. Hampshire, UK: Ashgate.
- Weller, S. (2008). Beyond “Global Production Networks”: Australian Fashion Week's Trans-Sectoral Synergies. *Growth and Change*, 39, 104–122.
- Zukin, S. (2004). *Dialogue on urban cultures: globalization and culture in an urbanizing world*. Obtido em 22 de Maio de 2012, de World Urban Forum: [http://www.unhabitat.org/downloads/docs/3070\\_67594\\_K0471966%20WUF2-2.pdf](http://www.unhabitat.org/downloads/docs/3070_67594_K0471966%20WUF2-2.pdf)

## **Anexos**

### **Anexo I - Inquérito aos visitantes do evento das inaugurações simultâneas do Quarteirão das Artes da rua Miguel Bombarda**

## Evento das inaugurações simultâneas no Quarteirão das Artes: percepção dos visitantes

Este inquérito é confidencial e será apenas usado para efeitos de um projeto de investigação sobre o evento das inaugurações simultâneas, no âmbito de uma dissertação de mestrado - da Faculdade de Economia da Universidade do Porto (FEP UP). Por favor responda com X às seguintes questões:

### 1. É a primeira vez que visita o evento das Inaugurações Simultâneas?

☐ Sim ☐ Não

Se **não**, em média, quantas vezes visita num ano?

☐ 1-2 vezes  
☐ 2-4 vezes  
☐ 4-6 vezes

### 2. Qual(ais) o(s) motivo(s) que o(a) trazem ao evento das Inaugurações Simultâneas? Escolha as respostas que mais se adequam.

Sou residente	<input type="checkbox"/>
Simples passeio/Curiosidade	<input type="checkbox"/>
Entretenimento (e.g. estar com amigos, consumir, etc.)	<input type="checkbox"/>
Ir pela dimensão cultural	<input type="checkbox"/>
Ver arte/exposições enquanto <b>Comprador</b> individual	<input type="checkbox"/>
Ver arte/exposições enquanto <b>Artista</b> (em caso afirmativo responder à questão 4)	<input type="checkbox"/>
Ver arte/exposições enquanto <b>Galerista</b> (em caso afirmativo responder à questão 5)	<input type="checkbox"/>
Outros. Quais? _____	<input type="checkbox"/>

### 3. Que tipo de atividades costuma/pretende desenvolver durante o evento?

☐ Consumir  
☐ Socializar  
☐ Visitar galerias  
☐ Falar com os artistas  
☐ Falar com os galeristas  
☐ Compras de arte  
☐ Outras compras  
☐ Observar novas tendências  
☐ Outros. Quais? \_\_\_\_\_

### 4. Responder apenas se VISITA EXPOSIÇÃO ENQUANTO ARTISTA. Em caso contrário avance para a questão 5.

a. Que área das artes? \_\_\_\_\_

**b. Porque é que o evento é importante para a sua atividade? 1 (Nada Importante) até 7 (Muito Importante)**

	1	2	3	4	5	6	7
Conhecer novas tendências	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ver o que os “concorrentes” estão a fazer/criar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Encontrar artistas/colegas já conhecidos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Conhecer novos artistas/colegas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Entrar em contacto com potenciais compradores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outros. Quais? _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**5. Responder apenas se VISITA EXPOSIÇÃO ENQUANTO GALERISTA. Em caso contrário avance para a questão 6.**

**a. Galerista:**

No Quarteirão das Artes da RMB ☐ No Porto (exceto Quarteirão das Artes da RMB) ☐  
 Outro ☐ Onde: \_\_\_\_\_

**b. Porque é que vir ao evento é importante para a sua atividade? 1 (Nada Importante) até 7 (Muito Importante)**

	1	2	3	4	5	6	7
Conhecer novas tendências	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ver o que os “concorrentes” estão a expor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Encontrar artistas/colegas já conhecidos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Conhecer novos artistas/colegas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Entrar em contacto com potenciais compradores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outros. Quais? _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**6. Visita o Quarteirão das Artes da RMB fora do evento das Inaugurações Simultâneas? Assinale a resposta mais adequada**

☐ Sim ☐ Não

**7. O que gosta mais no Quarteirão das Artes da RMB? 1 (Não gosto nada ) ) até 7 (Gosto muito)**

	1	2	3	4	5	6	7
Galerias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outras Lojas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cafés/Bares/Restaurantes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autenticidade e tradição	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ambiente boémio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outros. Quais? _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. Apresentamos alguns dos motivos que podem condicionar a frequência de visitas ao Quarteirão das Artes da RMB. Indique o nível em que cada um desses condiciona a frequência da sua visita. 1 (Não condiciona nada) até 7 (Condiciona muito)

	1	2	3	4	5	6	7
Falta de acessibilidade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Estacionamento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Horário de funcionamento das lojas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Problemas de segurança	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fraca animação/ aborrecido/"ser sempre igual"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Desconhecimento do quarteirão	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outros (especifique por favor)_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. Como avalia o Quarteirão das Artes da RMB no que diz respeito:

- a. ao lazer/consumo (incluindo cultural): 1 (Fraco) até 7 (Muito Bom)

	1	2	3	4	5	6	7
Evento das inaugurações simultâneas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rua em dias habituais (responder apenas se visita o Quarteirão fora do evento)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- b. à atividade profissional (responder apenas em caso de ser artista, comprador ou galerista): 1 (Fraco) até 7 (Muito Bom)

	1	2	3	4	5	6	7
Evento das inaugurações simultâneas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rua em dias habituais (responder apenas se visita o Quarteirão fora do evento)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Pretende voltar a visitar o Quarteirão das Artes? 1 (Nunca) até 7 (Sempre que possível)

	1	2	3	4	5	6	7
Em dia de inaugurações simultâneas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Em dias habituais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. Caracterização do inquirido

**Idade:**

- ☐ menos de 18 anos  
☐ 18 aos 25 anos  
☐ 26 aos 35 anos  
☐ 36 aos 65 anos  
☐ mais de 65 anos

**Género:**

- ☐ Feminino      ☐ Masculino

**Habilitações Académicas:**

- ☐ Ensino Primário
- ☐ Ensino Básico
- ☐ Ensino Secundário
- ☐ Licenciatura
- ☐ Pós-graduação / Mestrado / Doutoramento

**Profissão:**

- ☐ Estudante
- ☐ Trabalhador independente
- ☐ Trabalhador por conta de outrem
- ☐ Reformado
- ☐ Desempregado

Área: \_\_\_\_\_

Área: \_\_\_\_\_

Área: \_\_\_\_\_

Área: \_\_\_\_\_

Área: \_\_\_\_\_

**Código Postal:** \_\_\_\_\_

**Obrigada pela sua Colaboração.**

## **Anexo II- Resumo das entrevistas aos galeristas**

	Solar de Santo António	AP'Arte	Fernando Santos	São Mamede	Trindade	Por amor à Arte	Presença	111	Quadrado Azul
<b>Entrevistado</b>	Hugo Veludo	Cátia Brandão	Joana Gomes	Paula Amoroso Lopes	Paula Sá Anabela Duarte	Daniela Steele	Ana Feijó	Elsa Brandão	Gustavo Carneiro Inês Portugal
<b>Faz pré-inaugurações</b>	Não	Sim	Sim	Não	Não	Não	Não	Não	Sim
<b>Ano de instalação no QARMB</b>	2007	2010	1995	2005	1999	1997	1998	1996	1996
<b>Nº de colaboradores</b>	3	1	2	1	2	1	2	2	5
<b>Área de formação</b>	Economia; Línguas/ Artes e Artes	História da Arte	Arte	Trabalhou na área de exportações	História e da Arte	Pintura/Artes Plásticas	Economia (incompleto) Arte e Património	Colaboradoras com 12º ano.	Engenharia; Design Gráfico; Arte/Pintura
<b>Região</b>	Grande Porto	Grande Porto	Grande Porto	Grande Porto	Grande Porto	Brasil	Grande Porto	Grande Porto	Grande Porto
<b>Como nasceu a ideia de se localizar no QARMB</b>	Proximidade com as outras galerias de arte.	Por se tratar do QARMB.	O espaço correspondia ao que procuravam.		Rendas mais acessíveis. Fernando Santos incentivou colegas a instalar-se na rua.	No momento a galeria encontra-se em processo de mudança de proprietários.	Já existiam algumas galerias na rua (Fernando Santos e Quadrado Azul)	Convite feito ao Sr. Manuel Brito.	O espaço era o pretendido, foi casual
<b>Conhece outros galeristas do QARMB?</b>	Conhece mais galerias do que galeristas	Conhece alguns.	Conhece alguns	Conhece Joana Gomes da Galeria Fernando Santos	Conhece alguns	Conhece alguns.	Conhece alguns.	Conhece alguns Santos, João Lagoa e Sr. Ulisses da Quadrado Azul).	Conhece alguns



---

<b>Que tipo de contacto estabelece com os outros galeristas?</b>	Contacto formal	Contacto profissional, Inaugurações Simultâneas.	Profissional, Inaugurações Simultâneas e informal.	Contacto profissional, Inaugurações Simultâneas.	Contacto profissional, Inaugurações Simultâneas e algum projeto novo que possa surgir.	Contacto informal e formal. Gosta de estar sempre a par do que se está a fazer no QARMB e o que se pretende fazer.	Contactos informais e formais. Inaugurações Simultâneas (como correu e troca de ideias).	Contacto profissional (data das inaugurações e algo que envolva isso).	Contacto informal
--	-----------------	--	--	--	--	--	--	--	-------------------

---

*Fonte:* Elaboração própria.

*Nota:* Entrevistas realizadas em Julho de 2012.

<b>Galerias</b>	<b>Acha que o elevado número de galerias no local lhe traz benefícios, nomeadamente em termos de visibilidade, acesso facilitado a pessoal especializado e a serviços de manutenção? Quais?</b>
<b>Galeria 111 – Elsa Brandão</b>	<p>Sim, a concorrência é saudável, atrai clientes. A nível de pessoal especializado não tem nada a salientar.</p> <p>Desvantagens da elevada concentração de galerias, não vê nenhuma.</p>
<b>Galeria AP'Arte – Cátia Brandão</b>	<p>A união faz a força, mais galerias juntas trazem mais visitantes para todos. A nível de pessoal especializado não tem nada a salientar.</p> <p>Desvantagens, não vê nenhuma, a não ser o pontual desacordo no que diz respeito à fixação das datas das Inaugurações Simultâneas.</p>
<b>Galeria Por Amor à Arte – Daniela Steele</b>	<p>Claro que sim, visibilidade. A nível de pessoal especializado não tem nada a salientar.</p> <p>Desvantagens, não vê nenhuma.</p>
<b>Galeria Presença – Ana Feijó</b>	<p>Nem por isso. Porque o Porto já é pequeno e muitas galerias juntas é muita concorrência, sabe-se sempre tudo o que os outros estão a fazer, tem de se fazer as coisas nos maiores dos segredos. Existe muita rivalidade, todos querem vender e, estão sempre a “espiar” o que os outros estão a fazer</p> <p>Por vezes acontecem situações em que clientes procuram obras de artistas com quem, entretanto a galeria deixou de trabalhar e agora é outra galeria que trabalha com esse artista. O cliente vai a essa outra galeria e é bastante pressionado a se tornar cliente assíduo dessa outra galeria.</p> <p>Porém, estar no QARMB é positivo pois é um bairro alternativo que permite um grande leque de pessoas.</p>
<b>Galeria Quadrado Azul – Gustavo Carneiro e Inês Portugal</b>	<p>Os clientes já eram os que tinham. Benefícios apenas no sentido da criação da ideia de ser a rua das galerias. Poderão existir alguns novos clientes mas não são significativos.</p> <p>As galerias mais sonantes estão na rua Miguel Bombarda e é de destacar também a importância que Serralves tem.</p>
<b>Galeria São Mamede – Paula Amoroso Lopes</b>	<p>A Galeria é já muito antiga e conhecida em Lisboa.</p> <p>A desvantagem é que existem problemas de estacionamento.</p>
<b>Galeria Solar de Sto. António – Hugo Veludo</b>	<p>Já trouxe mais benefícios.</p> <p>Evento deixou de ser uma concentração para ver arte. Passou a ser uma “fogueira das vaidades” (Tom Wolfe), as pessoas vêm para ver e serem vistas.</p> <p>Mas, desvantagens não assinala nada em especial.</p>
<b>Galeria Trindade – Paula Sá</b>	<p>Trás mais público e mais visibilidade.</p> <p>Desvantagens, não vê nenhuma.</p>
<b>Galeria Fernando Santos - Joana Gomes</b>	<p>Partilha de público e de interesses, atração e criação de interesse por parte da imprensa nacional e internacional.</p> <p>A concentração dá visibilidade, difunde e permite “sair” da rua para atingir novos públicos.</p> <p>Para os visitantes só existem vantagens.</p> <p>Entre galeristas existe alguma concorrência, que é necessária e saudável mas, por vezes existe alguma concorrência desleal, é rara mas por vezes acontece.</p> <p>Cada Galeria faz a sua própria divulgação</p>

---

Quando o número de galerias era menor a mesma pessoa fazia a montagem da exposição, existia uma loja de molduras a que todos recorriam, hoje em dia cada um trata disso e recorre ao que for mais barato, só no caso de precisar de algo mais imediato é que recorre à loja de molduras que existe na rua.

A associação de Galeristas da MB existe formalmente desde 21 de Junho de 2000 por 5 Galerias. Formalmente já não são feitas reuniões. Lojas e cafés também quiseram fazer parte da associação e uns galeristas concordavam outros não porque os interesses eram diferentes. O interesse comum a todos é o de divulgar a rua e o seu conceito. No momento a associação apenas estabelece as datas para as inaugurações em conjunto, de um ano para o outro, e conciliando a disponibilidade de todos. Há aspetos impossíveis de controlar, nomeadamente as condições meteorológicas. São feitas 6 inaugurações, normalmente 4 antes do verão e 2 depois do verão.

---

*Fonte:* Elaboração própria.

*Nota:* Entrevistas realizadas em Julho de 2012.

Galerias	Porque é que o evento é importante para a atividade da Galeria?
<b>Galeria 111 – Elsa Brandão</b>	<p>Conhecem-se potenciais novos clientes. Porém, há muitos que não gostam de vir em dia de evento e preferem vir noutros dias, longe da confusão. Não sendo, portanto, no evento que se entra em contacto com potenciais compradores.</p> <p>O evento permite ter acesso e contacto com diversos visitantes permitindo troca de ideias, <i>network</i>, <i>buzz</i> e divulgação que é bom para a galeria em termos de imagem.</p> <p>As pessoas fazem comentários trazendo outras e voltando mais vezes.</p> <p>As pessoas que não gostam de vir no evento vêm em dias mais calmos, já não se metem na confusão.</p> <p>Acesso a profissionais mais especializados e emprego, isso não acontece com o evento.</p> <p>O evento tem ajudado a reforçar a imagem do quarteirão pois, o passa a palavra traz gente que futuramente podem ser clientes.</p>
<b>Galeria AP'Arte – Cátia Brandão</b>	<p>Há muitas pessoas, conhecem-se novos artistas, novos clientes.</p> <p>O evento permite ter acesso e contacto com diversos visitantes permitindo <i>network</i> e <i>buzz</i>.</p> <p>Com o evento das Inaugurações Simultâneas dá-se a conhecer o quarteirão e as galerias.</p> <p>O evento é uma boa confusão que traz as pessoas nos dias mais calmos.</p> <p>A galeria faz pré-inaugurações faz alguns convites mas mantém as portas abertas para todos. Nestas pré-inaugurações existe bastante interação entre os artistas, sejam eles já consagrados ou novos artistas que estão a fazer a sua primeira exposição individual.</p>
<b>Galeria Por Amor à Arte – Daniela Steele</b>	<p>Vem muita gente ao evento e depois voltam com mais calma. Mas por vezes também acontecem reservas no dia de inaugurações simultâneas.</p> <p>No evento conhecer novos artistas/colegas não é frequente, isso acontece fora do evento</p> <p>O evento permite ter acesso e contacto com diversos visitantes permitindo <i>network</i>, <i>buzz</i> e imagem.</p>
<b>Galeria Presença – Ana Feijó</b>	<p>A curto prazo o evento é péssimo porque quem quer comprar não se quer misturar, a longo prazo, pode ser benéfico porque jovens que vêm agora podem voltar mais tarde como compradores</p> <p>Hoje em dia não é no dia do evento que se entra em contacto com potenciais compradores, o contacto é mais breve mas, já houve esse contacto. 90% dos compradores contactam a galeria a avisar que querem ver determinadas obras e a galeria é fechada para dar toda a atenção e discrição que os clientes gostam.</p> <p>Inaugurações Simultâneas dão mais visibilidade do que a que tinham antes, podem não vir os colecionadores mas vêm os filhos que lhes passam a palavra. Vêm também muitas vezes consultores de investimentos que trazem mais tarde novos clientes.</p>
<b>Galeria Quadrado Azul – Gustavo Carneiro e Inês Portugal</b>	<p>A desvantagem das Inaugurações Simultâneas é que é muita gente e os colecionadores já não vêm nesse dia.</p> <p>Evento não permite conhecer novos artistas/colegas e muito menos para entrar em contacto com potenciais compradores.</p> <p>Acesso a ideias, <i>network</i>, <i>buzz</i> e imagem é um trabalho feito com a participação em</p>

	<p>feiras, contacto com museus, os clientes vêm porque conhecem os artistas com quem a galeria trabalha. O reforço da imagem que o evento poderá permitir é mais local do que internacional.</p> <p>Não traz vantagens. Ponderam fechar em dia de inaugurações simultâneas. Há peças sensíveis e não é de todo vantajoso estar de portas abertas nalguns casos.</p>
<b>Galeria São Mamede – Paula Amoroso Lopes</b>	<p>O evento é festa. Evento dá movimento, as pessoas vêm ver, mas isso não se traduz em vendas.</p> <p>Vem muita gente de fora do Porto aos sábados.</p> <p>O evento não permite conhecer novos artistas/colegas nem entrar em contacto com potenciais compradores.</p> <p>O evento permite ter acesso e contacto com diversos visitantes permitindo <i>network</i>, <i>buzz</i> e imagem.</p>
<b>Galeria Solar de Sto. António – Hugo Veludo</b>	<p>As Inaugurações Simultâneas não permitem conhecer novos artistas/colegas. O evento não permite tanto essa interação, acontece mais nos dias habituais, em dias da semana. Não pode considerar que seja um ponto a favor do evento das Inaugurações Simultâneas.</p> <p>O evento já foi mais proveitoso para entrar em contacto com potenciais compradores, os compradores habituais são fieis e vêm ao evento das inaugurações simultâneas. Contudo há sempre novas pessoas que visitam e que mais tarde voltam.</p> <p>O evento permite troca de impressões com os visitantes, embora seja de forma breve.</p> <p>A nível de criação de emprego, não existe esse acesso no evento. O evento permite trazer visibilidade à galeria em especial e a todas as galerias no geral. Evento faz com que as pessoas circulem e assim conheçam mais galerias, mais pessoas visitam mais galerias.</p> <p>A divulgação do evento em redes sociais é também importante no que diz respeito à visibilidade que dará às galerias.</p> <p>Cria-se uma ligação entre evento das Inaugurações e o dia-a-dia do QARMB, as pessoas vêm ver as exposições e dizem que querem voltar com mais calma.</p>
<b>Galeria Trindade – Paula Sá</b>	<p>O evento permite entrar em contacto com potenciais compradores, embora não seja o mais frequente há mais novos clientes e públicos noutros dias.</p> <p>O evento permite a troca de ideias, ao <i>buzz</i> e <i>network</i>.</p> <p>As lojas presentes no QARMB tentam associar-se também ao evento, fazendo com que os públicos sejam mais diversificados, o que não quer dizer que não se interessem pela arte, acabam por visitar as galerias.</p> <p>O evento das Inaugurações Simultâneas traz mais público para o QARMB em geral e, no particular para a galeria, pois os compradores voltam noutros dias. No evento vem público de fora do Porto.</p>
<b>Galeria Fernando Santos</b>	<p>Para as galerias, mesmo que o público não seja apenas de artistas e interessados em comprar, toda esta atração de público dá visibilidade e isso tem interesse para o QARMB. A galeria para contornar o problema de confusão e falta de atenção, que os verdadeiros interessados (artistas e compradores) se queixavam, decidiu criar uma pré-inauguração das exposições. Esta pré-inauguração é apenas destinada a convidados das galerias e começou a ser feita em Novembro de 2011.</p>

---

O evento das inaugurações permite a partilha de público e o interesse da imprensa, que são aspetos importantes para o dia-a-dia da galeria.

---

*Fonte:* Elaboração própria.

*Nota:* Entrevistas realizadas em Julho de 2012.

<b>Galerias</b>	<b>Sente que de alguma forma surgem tensões entre o evento das inaugurações simultâneas e o dia-a-dia do QARMB? Ou acha que existe uma complementaridade – em que sentido?</b>
<b>Galeria 111 – Elsa Brandão</b>	Evento complementa o dia-a-dia do QARMB Há uma adequação no atendimento em dias de Inaugurações Simultâneas porém, existe menos atenção dada aos visitantes em dias de evento.
<b>Galeria AP’Arte – Cátia Brandão</b>	Evento complementa o dia-a-dia do QARMB O evento tem ajudado a reforçar a imagem do quarteirão trazendo mais gente.
<b>Galeria Por Amor à Arte – Daniela Steele</b>	Evento complementa o dia-a-dia do QARMB O evento tem ajudado a reforçar a imagem do quarteirão pois, toda a publicidade melhora as vendas.
<b>Galeria Presença – Ana Feijó</b>	Por vezes aconteciam situações com os patrocínios que causavam mau estar, o facto de irem a umas galerias e a outras não, etc. É tudo feito um bocadinho às escondidas, a concorrência é forte. O evento tem ajudado a reforçar a imagem do quarteirão criando o conceito de circuito das artes. No geral existe uma complementaridade entre o evento e o dia-a-dia do QARMB.
<b>Galeria Quadrado Azul – Gustavo Carneiro e Inês Portugal</b>	Não são da opinião de que o evento complementa o dia-a-dia do QARMB. A galeria tem um trabalho contínuo que poderá passar ou não pelo evento das Inaugurações Simultâneas. A única forma de participação é apenas cedendo o nome do artista para a colocação das bandeiras identificativas existentes na rua.
<b>Galeria São Mamede – Paula Amoroso Lopes</b>	Evento complementa o dia-a-dia do QARMB e tem pena que em Lisboa não se faça o mesmo.
<b>Galeria Solar de Sto. António – Hugo Veludo</b>	Não existe conflito entre o evento das Inaugurações Simultâneas e o QARMB. O que acontece é que algumas pessoas começam a repudiar o dia das inaugurações devido à sua massificação. Se houvesse atividades mais frequentes talvez os visitantes se dividissem mais entre os dias que frequentavam o quarteirão. Porém, de uma forma geral é da opinião que se complementam, sem evento muitas galerias já não estavam ali. Considera que mais cedo ou mais tarde traz frutos às galerias. A confusão é importante.
<b>Galeria Trindade – Paula Sá</b>	Evento complementa o dia-a-dia do QARMB. É sempre melhor muita gente do que pouca. Mesmo que seja moda é divulgação. O evento tem ajudado a reforçar a imagem do QARMB pois, vem muita gente à galeria. Quando o patrocinador era a <i>Famous Grouse</i> tinham em média 1000 visitantes mensais.
<b>Galeria Fernando Santos - Joana Gomes</b>	<b>Evento complementa o QARMB, trazendo mais gente, atrai o a imprensa e dá visibilidade à rua</b>

*Fonte:* Elaboração própria.

*Nota:* Entrevistas realizadas em Julho de 2012.

<p><b>O que é que funciona mesmo bem no evento?</b></p> <p><b>O que é que poderia ser melhorado?</b></p> <p><b>Como vê o quarteirão daqui a 5 anos? E o evento?</b></p>	
Galerias	
<b>Galeria 111 – Elsa Brandão</b>	<p>No evento o que funciona bem é o elevado fluxo de visitantes. Contudo não é nesse dia que se fazem propriamente grandes vendas.</p> <p>Aspetos a serem melhorados não tem nada a salientar.</p> <p>Relativamente ao futuro do QARMB e do evento das Inaugurações Simultâneas não faz uma previsão muito positiva devido à crise que o país está a atravessar, as vendas são poucas portanto o futuro depende da evolução económica.</p> <p>Este ano está muito mau. Falta a motivação e incentivo para a compra de arte. Existe pouca cultura artística.</p> <p>A perspetiva da galeria é continuar.</p> <p>O evento também considera que deve continuar, embora com possíveis alterações que não sabe quais.</p>
<b>Galeria AP’Arte – Cátia Brandão</b>	<p>No evento o que funciona bem é a dinâmica que se cria com artes e público. Há uma democratização da arte, as pessoas entram nas galerias. Há um propósito social, as pessoas combinam visitas às galerias, é um evento sobretudo social, o dia social.</p> <p>Deveria haver melhor organização das datas de forma a não coincidir com outros eventos.</p> <p>O facto de serem muitas galerias também torna complicado escolher as datas para todas.</p> <p>Relativamente ao futuro, espera que o período de crise esteja ultrapassado. Em tempos de crise a arte é muito afetada, não é um bem essencial. A perspetiva da galeria é manter-se no QARMB</p> <p>Relativamente ao evento, este faz todo o sentido continuar a existir apesar das suas oscilações (patrocínios essencialmente).</p>
<b>Galeria Por Amor à Arte – Daniela Steele</b>	<p>No evento o que funciona bem é o agrupamento social, o facto de muita gente vir ao evento e o convívio e a divulgação do artista.</p> <p>O que é que poderia ser melhorado era o preço das licenças das bandeiras que promovem a galeria e o galerista em exposição. A arte deveria ser mais apreciada/valorizada</p> <p>Relativamente ao futuro espera ver o quarteirão melhorado e o evento também. E considera que o evento deve continuar a existir.</p>
<b>Galeria Presença – Ana Feijó</b>	<p>No evento o que funciona bem é a quantidade de pessoas que vêm, foi conseguido esse objetivo.</p> <p>Mas quem ganha mais com isso é o comércio. As galerias ganham mais em termos de visibilidade e assim dão mais visibilidade ao artista.</p> <p>Considera que não há nada a ser melhorado, está bem como está.</p> <p>A rua piorou bastante desde que se tornou pedonal mas com a crise nem se sabe muito bem o que motiva o quê.</p> <p>Para a galeria até à data está a correr bem e a perspetiva futura é de continuar. Contudo, agora trabalha-se muito mais para vender uma coisa, mas vende-se, não se podem queixar. No final do ano passado as vendas foram muito boas e superiores às dos 4 anos anteriores.</p> <p>Ao nível de visibilidade é bom estar na rua. O evento deveria continuar também.</p>

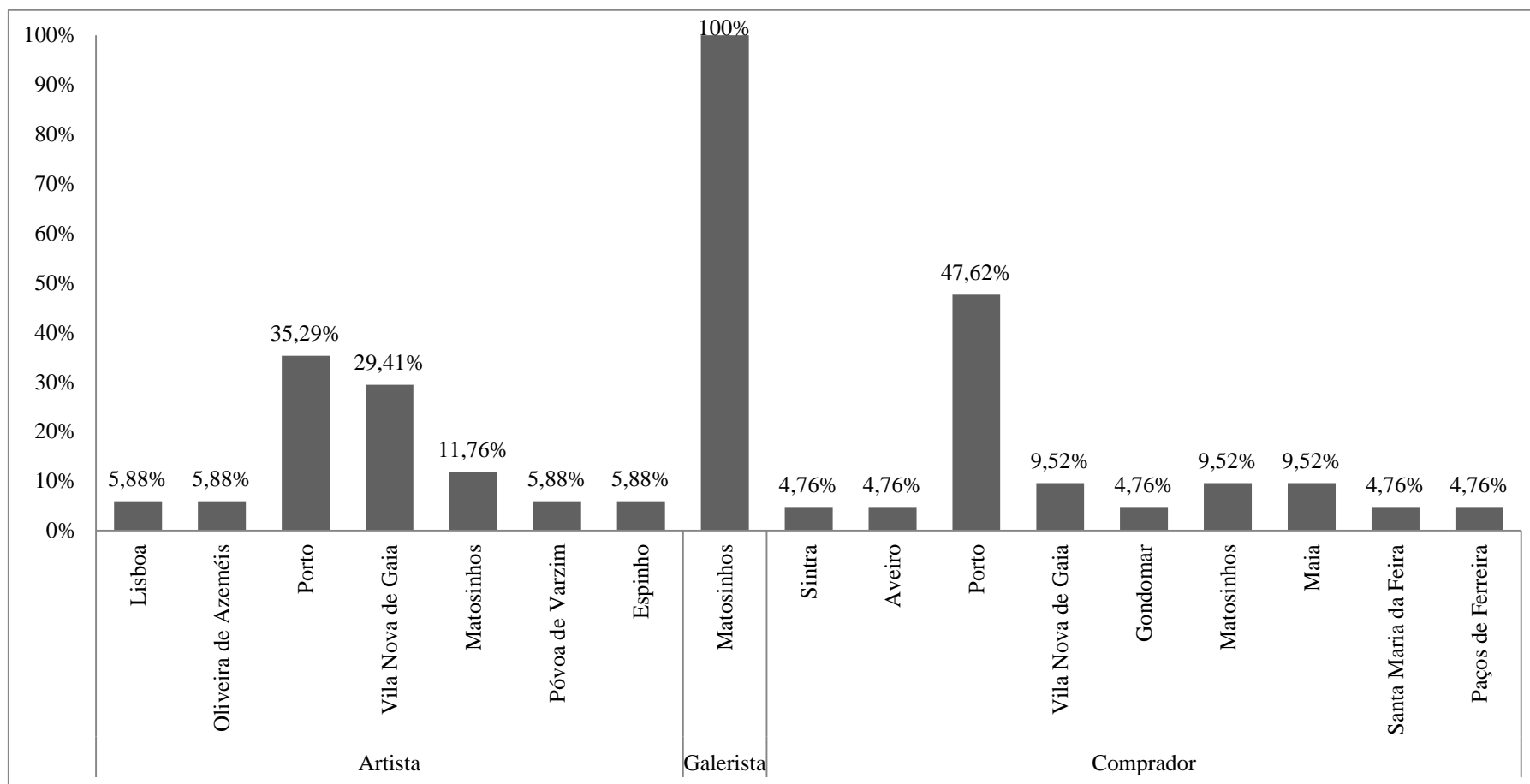


<b>Galeria Quadrado Azul – Gustavo Carneiro e Inês Portugal</b>	<p>Consideram que nada funciona bem no evento, só participa com as bandeiras com nome do artista que está a expor.</p> <p>As Inaugurações simultâneas serem mais direcionadas para a arte e não tanto para uma <i>rave party</i>.</p> <p>Futuramente vê o QARMB com menos galerias devido à situação económica. Está mau e ainda não se vislumbram melhoras mas, a perspetiva da galeria é manter-se.</p> <p>Evento se continuar como está agora a tendência será para acabar porque as galerias que beneficiam com ele estão a fechar.</p>
<b>Galeria São Mamede – Paula Amoroso Lopes</b>	<p>No evento o que funcionava bem era a animação feita por parte do patrocínio da <i>Famous Grouse</i>, era mais artístico. O patrocínio da <i>Famous Grouse</i> era muito interessante, existia maior ligação com a galeria. Forneciam uma garrafa personalizada com nome do artista, desde então observou-se uma quebra em termos de animação.</p> <p>Considera que deveria ser melhorada a animação do evento e o evento prolongar-se até à noite.</p> <p>O futuro do QARMB e do evento dependerá da crise económica.</p> <p>Considera que o QARMB diminuirá pois, as pessoas estão mais cautelosas nas suas compras.</p>
<b>Galeria Solar de Sto. António – Hugo Veludo</b>	<p>No evento o que funciona bem é a divulgação do evento que é bem conseguida. A organização e esforço para que as inaugurações sejam de facto em simultâneo é um aspeto que funciona.</p> <p>Deveria ser melhorado os patrocínios, deveriam conseguir novos patrocínios que dariam visibilidade e outras formas de comunicação.</p> <p>Relativamente ao futuro não está muito otimista. Acha que algumas galerias irão fechar e que só se irão manter as que forem consistentes com o seu produto e qualidade das obras que possui/expõe.</p> <p>O evento se for bem conseguido poderá voltar a ser o que era.</p>
<b>Galeria Trindade – Paula Sá</b>	<p>No evento o que funciona bem é ter muita gente.</p> <p>Considera que deveriam ser feitos mais eventos, não só o das Inaugurações Simultâneas para atrair também visitantes fora dos dias de evento.</p> <p>Relativamente ao futuro do QARMB e do evento das Inaugurações Simultâneas é da opinião que depende da economia, a perspetiva da galeria é continuar.</p> <p>Relativamente ao evento, a opinião é de que este faz todo o sentido continuar.</p>
<b>Galeria Fernando - Santos Joana Gomes</b>	<p>Funciona bem a atração de visitantes.</p> <p>Relativamente ao futuro acha que muitas galerias poderão fechar devido à crise que estamos atravessar.</p> <p>O evento acha que faz todo o sentido continuar apesar de haver aspetos a ser melhorados, nomeadamente ao nível dos patrocínios.</p>

*Fonte:* Elaboração própria.

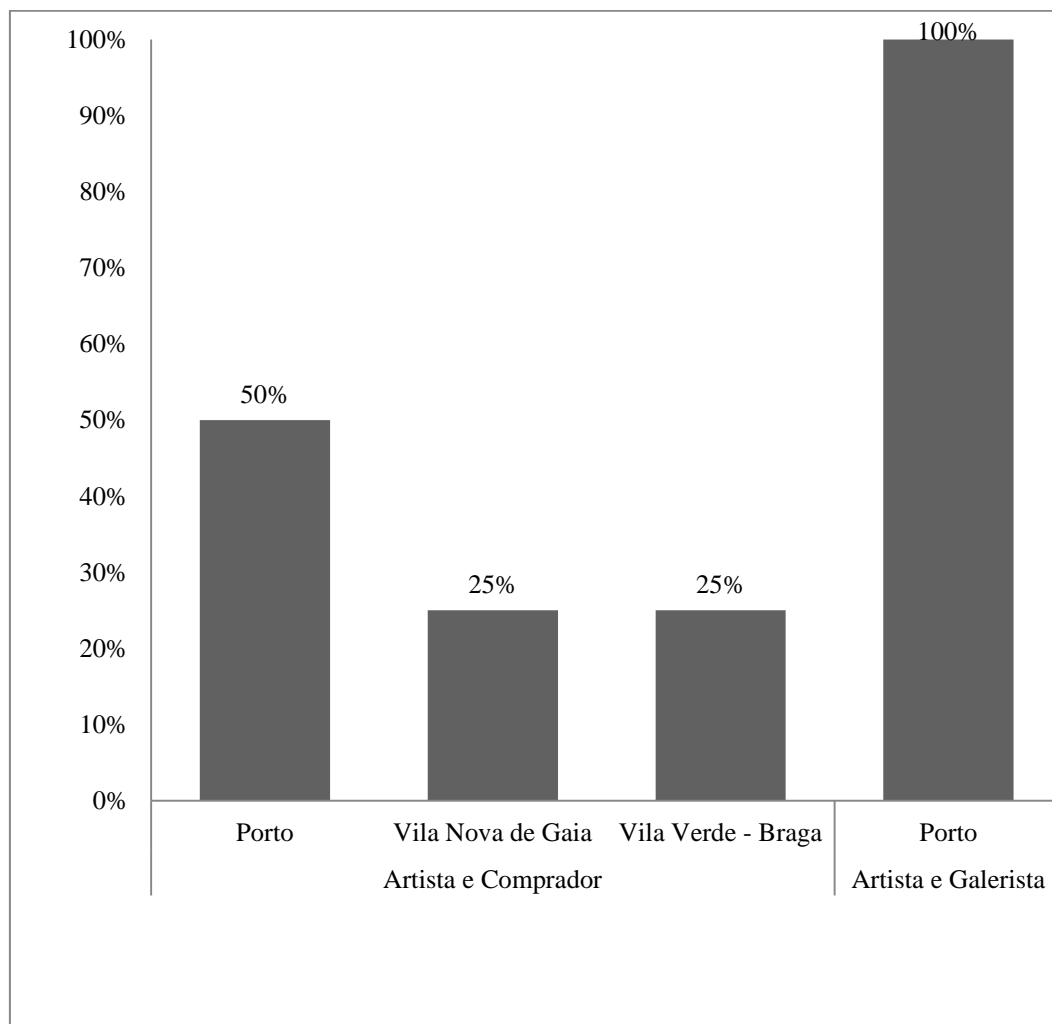
*Nota:* Entrevistas realizadas em Julho de 2012.

**Anexo III - Área de residência dos visitantes do evento das  
Inaugurações Simultâneas**



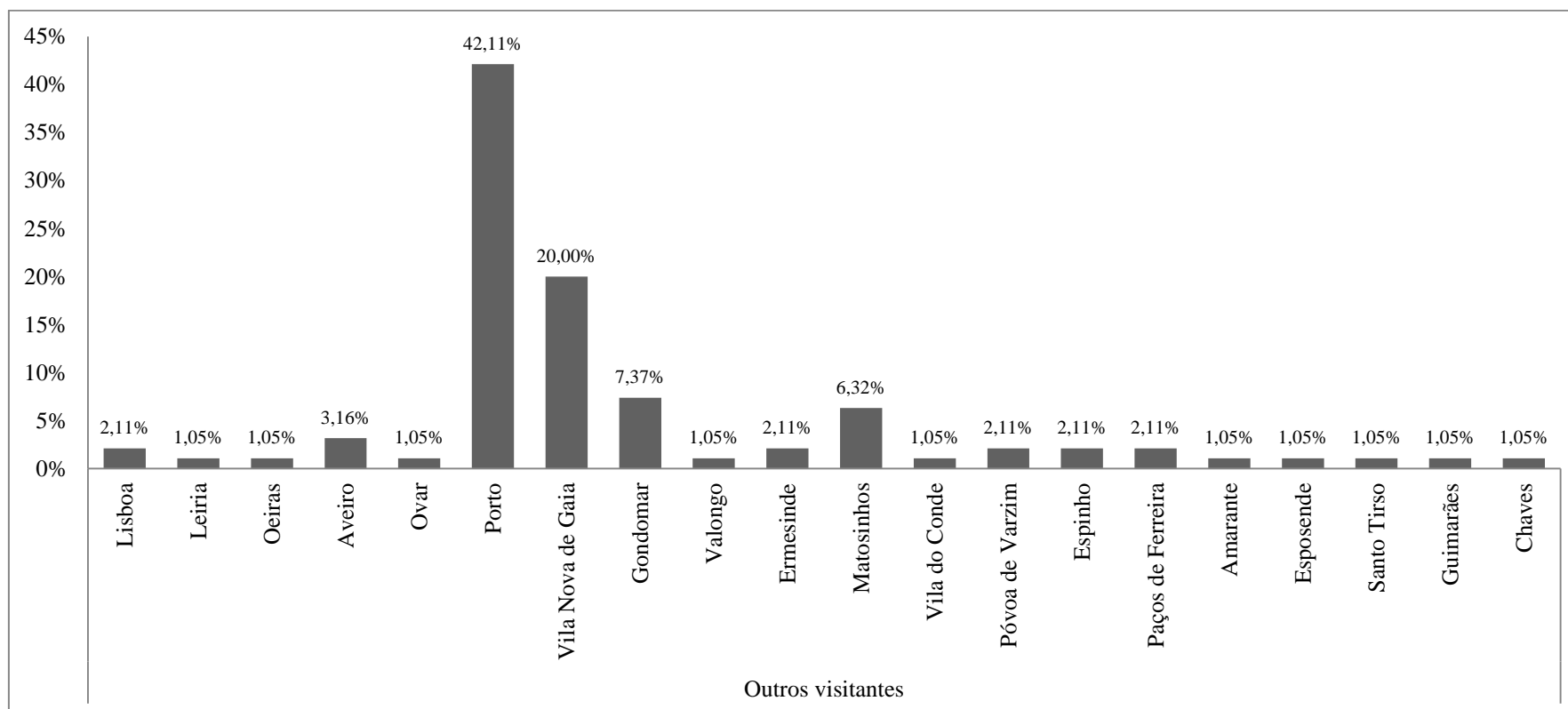
*Nota:* O número de visitantes inquiridos considerados é: Artistas 18; Compradores de arte 21; Galeristas 1.

*Fonte:* Elaboração própria



*Nota:* O número de visitantes inquiridos considerados é: Artistas e Galeristas 3; Artistas e Compradores de arte 4.

*Fonte:* Elaboração própria



*Nota:* O número de visitantes inquiridos considerados é: Outros visitantes 95.

*Fonte:* Elaboração própria